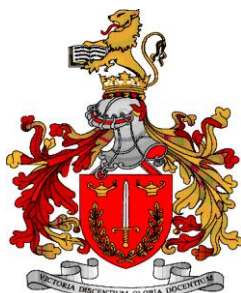


Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna



Diogo Ricardo Santos

Aspirante a Oficial de Polícia

Dissertação de Mestrado Integrado em Ciências Policiais

XXVI Curso de Formação de Oficiais de Polícia

**Policciamento em grandes eventos
de cariz político:**

Discurso da agência Lusa

Orientador:

Prof.^a Doutora Lúcia G. Pais

Coorientador:

Intendente, Mestre Sérgio Felgueiras

Lisboa, 23 de Abril de 2014

Diogo Ricardo Santos

Policciamento em grandes eventos de cariz político:

Discurso da agência Lusa

Dissertação apresentada ao Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna com vista à obtenção do grau de Mestre em Ciências Policiais, elaborada sob a orientação da Prof.^a Doutora Lúcia G. Pais e coorientação do Intendente, Mestre Sérgio Felgueiras.

Agradecimentos

O presente trabalho representa o culminar de um trajecto, que levou cinco anos a percorrer, que significa o final deste importante ciclo académico que me propus cumprir, o CFOP. Os últimos anos foram recheados de óptimos momentos, e outros menos bons, no entanto foi-me sempre possível manter o equilíbrio, em grande parte graças às pessoas com que tenho a sorte e o privilégio de contar.

É altura oportuna para agradecer a todos os que contribuíram para o meu sucesso, não só a nível académico, como também pessoal.

A vocês, Avós, por, simplesmente, vos dever tudo o que sou. Pelo, amor incondicional, que é recíproco, pela preocupação, pelos conselhos, pela lágrima no canto do olho a cada despedida, que me enche de força para regressar e vos deixar orgulhosos pelas minhas conquistas.

A ti, Mãe, pelo amor, carinho, ternura, atenção e mimo que desde sempre me dedicas-te. Pelo teu apoio sem limite em todos os momentos, e pelo teu sorriso que sempre me mostrou o caminho certo a seguir.

A ti, Pai, por seres o meu ídolo e exemplo, mostrando-me os verdadeiros valores pelos quais um Homem se deve reger. Pelas nossas conversas sinceras e íntimas, pelo teu apoio e preocupação, e por mais que Pai seres o meu melhor amigo.

A ti, Irmã, pela pureza do teu amor por mim, por ter o prazer de ser o irmão mais velho que estará sempre presente para cuidar de ti.

Ao, Nuno Silva, Paulo Martins e Xavier Rosado, pela amizade verdadeira, companheirismo, preocupação, disponibilidade, pelas conversas sérias, pelas conversas banais, pela cumplicidade, por todos os momentos que partilhámos. São sem dúvida os meus melhores amigos. Que a nossa irmandade não termine!

Aos meus amigos, que me apoiaram e acompanharam em todos os momentos.

Finalmente, e mais importante, à Prof^a Doutora Lúcia Pais pela constante disponibilidade e atenção, pela dedicação e pelo apoio permanente em todos os momentos do nosso trabalho, pelos ensinamentos, pela boa relação estabelecida, tornou todo este projecto possível. À co-orientação do Sr. Intendente Sérgio Felgueiras cuja experiência profissional e académica contribuíram para a prossecução do presente trabalho. A vós, o meu mais profundo obrigado.

A todos, o meu mais sincero e profundo agradecimento.

Resumo

Hodiernamente, é natural que a informação chegue aos indivíduos sem esforço, existe uma exposição constante aos Órgãos de Comunicação Social (OCS), sendo considerado que é sua responsabilidade informar e educar o público. No entanto, a informação apresentada ao público mostra a representação feita pelos OCS da realidade que observam o que, mediante o seu objectivo, convicções e motivações, pode gerar enviesamentos. Existe um forte potencial de influência no público, afectando o modo como os assuntos e a própria sociedade são interpretados, o que consequentemente afectará a construção mental que é feita pelos indivíduos sobre a realidade social em que se inserem. A Polícia, enquanto instituição com papel activo na sociedade está sujeita à apreciação e relato dos *media* que, ao influenciarem o público, levam à criação de uma imagem social da actuação policial e da própria organização. Revela-se, desta forma, interessante perceber que tipo de discurso é adoptado no que concerne à Polícia e à actividade policial. Recorrendo a uma abordagem qualitativa foi analisado o conteúdo das notícias emanadas pela Agência Lusa, agência noticiosa portuguesa que difunde informação para os diversos OCS, durante o ano de 2013, relativa à actuação policial em grandes eventos políticos. Analisou-se o universo de notícias procurando descrever e caracterizar o discurso jornalístico, destacando, assim, os esquemas interpretativos emitidos, que irão fornecer grelhas de compreensibilidade para os elementos da sociedade.

Os resultados obtidos revelam que o discurso é bastante factual, no entanto é possível verificar processos como, *framing* e *priming*. A perspectiva mais explorada e enfatizada é a dos manifestantes e da própria manifestação, podendo levar o público a atentar mais nestas questões, desvalorizando outras.

Palavras-chave: *mass media*; comunicação social; polícia; policiamento; grandes eventos

Abstract

In our times, it is natural that the information gets to individuals effortlessly, there is a constant exposure to the media, which are considered responsible for informing and educate the public. However, the information presented to the public show the media's view, made their reality, purpose, beliefs and motivations, which can generate biases. The media have a strong potential to influence the public, affecting how subjects are interpreted and society itself, which consequently affect's the mental construction that is made by individuals on the social reality in which they live. The police, as an institution that plays an active role in society, is subject of the assessment and reporting of the media which, by influencing the public, can lead to the creation of a social image of policing and police. It is, therefore, interesting to understand what kind of speech is adopted about police and policing. Using a qualitative approach we analysed the contents of the newsbroadcasted by Lusa, the Portuguese news agency that disseminates information to the media, during the year 2013, on the police action on major political events. We analyzed the universe of news trying to describe and characterize the journalistic speech, thus highlighting the interpretive schemes given, which will provide understanding schemes to the elements of society.

The results show that the speech is quite factual, however it can check processes such as framing and priming. The most explored and emphasized perspective is the protesters and manifestation itself, that may lead the public to attend more on these issues, devaluing others.

Keywords: mass media; social communication; police; policing; major events

Índice

ÍNDICE DE ANEXOS.....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS	VII
INTRODUÇÃO	1
I. ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	4
1. COMUNICAÇÃO E COMUNICAÇÃO DE MASSAS	4
2. <i>MEDIA</i> E OPINIÃO PÚBLICA.....	8
3. TEORIAS DA COMUNICAÇÃO DE MASSAS	9
3.1. <i>Teoria hipodérmica</i>	12
3.2. <i>Teoria de comunicação a dois níveis e múltiplas etapas</i>	12
3.3. <i>Agenda-Setting</i>	14
3.4. <i>Framing</i>	19
3.5. <i>Gatekeeping</i>	21
4. NOTÍCIA.....	22
5. AGÊNCIAS DE NOTICIOSAS: A LUSA	26
6. POLÍCIA	29
6.1. <i>Posicionamento e intervenção policial em grandes eventos de cariz político.</i>	33
6.2. <i>A Polícia e os meios de comunicação social</i>	35
7. FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	37
II. MÉTODO.....	40
1. UMA ABORDAGEM QUALITATIVA.....	40
2. <i>CORPUS</i>	41
3. INSTRUMENTO: ANÁLISE DE CONTEÚDO	42
4. PROCEDIMENTO.....	45
III. APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	48
1. VISÃO GERAL	48
2. ORIGEM/FONTES DE INFORMAÇÃO	50
3. OS EVENTOS	56
IV. CONCLUSÕES.....	62
REFERÊNCIAS.....	67
ANEXOS.....	72

Índice de anexos

ANEXO 1. INFLUÊNCIA DOS <i>MEDIA</i> NA OPINIÃO PÚBLICA	73
ANEXO 2. <i>PRIMING</i>: SUFICIENTE PARA A PROSECUÇÃO DO AGENDA- <i>SETTING</i>	75
ANEXO 3. RELAÇÃO ENTRE AGENDA DOS <i>MEDIA</i> E AGENDA DO PÚBLICO	76
ANEXO 4. TEMATIZAÇÃO	77
ANEXO 5. ESPIRAL DO SILÊNCIO	79
ANEXO 6. COMO ACONTECE O AGENDA-<i>SETTING</i>?	81
ANEXO 7. CRÍTICAS AO AGENDA-<i>SETTING</i>	82
ANEXO 8. AS AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS	84
ANEXO 9. JULGAMENTOS PELOS <i>MEDIA</i>	86
ANEXO 10. “JORNALISMO DO CIDADÃO”	87
ANEXO 11. <i>CORPUS</i>	88
ANEXO 12. GRELHA CATEGORIAL	93

Índice de figuras

FIGURA 1. DISTRIBUIÇÃO EM PERCENTAGEM DAS NOTÍCIAS POR EVENTO.	48
FIGURA 2. DISTRIBUIÇÃO EM PERCENTAGEM DAS U.R. POR CATEGORIA.	49
FIGURA 3. DISTRIBUIÇÃO EM PERCENTAGEM DAS U.R. NA CATEGORIA DISCURSO DIRETO (C)	51
FIGURA 4. DISTRIBUIÇÃO EM PERCENTAGEM DAS U.R. NA CATEGORIA DISCURSO INDIRETO (E).	53
FIGURA 5. DISTRIBUIÇÃO EM PERCENTAGEM DAS U.R. NA CATEGORIA INSTÂNCIAS (D).	55
FIGURA 6. DISTRIBUIÇÃO EM PERCENTAGEM DAS U.R. NA CATEGORIA SISTEMA EXPLICATIVO ESPONTÂNEO (G).	56
FIGURA 7. DISTRIBUIÇÃO EM PERCENTAGEM DAS U.R. NA CATEGORIA ENQUADRAMENTO/DESCRIÇÃO (F).	56
FIGURA 8. DISTRIBUIÇÃO EM PERCENTAGEM DAS U.R. NA CATEGORIA MANIFESTANTES (A).	59
FIGURA 9. DISTRIBUIÇÃO EM PERCENTAGEM DAS U.R. NA CATEGORIA PSP (B).	60

Introdução

A comunicação pode ser definida como a partilha de ideias pelos indivíduos, ou seja, colocá-las em comum por via da compreensão, representando esta acção a passagem do individual para o colectivo. A sua finalidade é o entendimento entre os homens. Para que exista este entendimento é necessário que as pessoas se compreendam entre si, que comuniquem (Caetano & Rasquilha, 2004). É a comunicação que leva à disseminação das informações, à criação de uma opinião generalizada. No quotidiano somos confrontados com imensa informação vertida pela comunicação social, que nos mostra o que acontece no mundo em que vivemos. No entanto, “ao mostrar apenas uma pequena e não representativa porção do mundo através da sua janela, pode ajudar a criar uma imagem sob a qual querem reflectir” (Anastasio, Rose, & Chapman, 1999, p. 154). Ralph Negrine (in Figueiras, 2005) refere os media são o elo de ligação entre o público e a opinião do público, revelando-se uma peça chave na construção destes. Compreendemos, assim, que o ideal era que se verificasse, efectivamente, a ideia romântica de jornalismo, onde o jornalista é um ser desinteressado, um observador neutro e isento, preocupado em não emitir opiniões pessoais ou fazer juízos de valor, relatando imparcialmente os factos que ocorrem (Figueiras, 2005). No entanto, sabemos que tal não acontece, até por exigência do meio, que é tão vasto e completo que seria impossível reportar tudo, daí que sejam feitas escolhas, começando aqui a influência, ao nível dos assuntos que devemos atentar (Saperas, 1993). Para além de nos mostrar as temáticas que são dignas de atenção, os OCS, normalmente, oferecem também um ponto de vista, chegam-nos as questões já trabalhadas e sintetizadas, sendo que desta forma facilmente as compreendemos e categorizamos, alicerçando a nossa posição. Ressalvamos que é natural que os pontos de vista possam ser distintos entre o público, pois apesar de a mensagem ser similar, em última instância os efeitos dos meios jornalísticos dependem do receptor, que possui uma estruturação mental própria resultante das diversas experiências que vivencia (Sousa, 2000).

Consideramos que os meios de comunicação actuam “como instituições mediadoras entre a população e a realidade, entre a população e as instituições que protagonizam os processos de decisão pública” (Saperas, 1993, p.12). O impacto dos *media* no público é elevado, e em consequência também na formação de opinião.

Facilmente constatamos que “o interesse pela actualidade informativa nos desportos sofre variações segundo a maior ou menor presença de um desporto nos *media*; a relevância dos espectáculos encontra-se determinada pelo seu reflexo nos *media*” (Saperas, 1993, p.54).

Hodiernamente, a opinião pública torna-se no “novo princípio de legitimidade, cujo carácter moral e ético radica na publicitação, no dar a conhecer com a ajuda da crítica. O compromisso colectivo assenta numa proximidade entre representantes e representados” (Figueiras, 2005, p.24). Percebemos assim a importância da temática, contribuindo para perceber esta transmissão de informação, uma vez que pode moldar a opinião pública vigente em certa sociedade, direccionando-a para certo caminho em detrimento de outro, condicionando o modo como cada indivíduo se posiciona em relação à sociedade.

Face ao exposto, o presente trabalho procura caracterizar o conteúdo noticioso, disseminado pela agência Lusa, relativamente à actuação policial em grandes eventos de cariz político, durante o ano civil de 2013. Devemos referir que este se insere numa linha de estudos longitudinal, realizada com o intuito de gerar conhecimento científico na área, sendo que para tal se revela fundamental a análise de vários anos de estudos.

A agência Lusa é o órgão responsável pela difusão de notícias para outros órgãos de comunicação social (OCS), logo, o público tem um elevado contacto, directa ou indirectamente, com as notícias por ela emanadas. Este facto torna extremamente interessante o estudo das notícias produzidas e transmitidas pela agência Lusa, procurando perceber o significado dos resultados que iremos obter relativos à imagem transmitida acerca da actuação policial em grandes eventos políticos. Klockars (1985) define Polícia, referindo que é a instituição à qual o Estado confere o direito geral de utilizar a força coerciva, dentro do seu território. A imagem percebida da Polícia tem um impacto directo no seu modo de actuar, uma vez que lida com a população e, assim sendo, a aceitação, ou não, por parte da mesma influencia o seu trabalho. Perceber o modo como se fala da actuação policial e a perspectiva que é dada à população é vital para construir uma imagem policial, e consequentemente uma Polícia, consistente.

O trabalho encontra-se dividido em quatro partes fundamentais: Enquadramento teórico, Método, Apresentação e análise de Resultados e Conclusão.

No que respeita à primeira parte, realizámos um aprofundamento teórico sobre assuntos que consideramos pertinentes para o trabalho em apreço. Partiu-se do tema

amplo que é a comunicação, especificando a comunicação de massas, para de seguida aludirmos aos *media* e à opinião pública. Um ponto, que consideramos que não poderia faltar, é o das teorias da comunicação de massas, pois é com base nelas que foi possível analisar convenientemente e retirar conclusões relativamente ao discurso jornalístico, e mais que isso perceber os diversos fenómenos que rodeiam o campo da comunicação.

Tratámos, também, o conceito de notícia, estudando os critérios de noticiabilidade que existem, e que se revelaram extremamente relevantes para a análise dos resultados. Uma vez que o nosso trabalho versa sobre as notícias emanadas pela agência Lusa, é também feita menção ao conceito de agências noticiosas, particularizando a que estudámos.

Face ao âmbito do trabalho, apresentámos o conceito de Polícia, explicitando o posicionamento e intervenção policial em grandes eventos de cariz político, bem como a relação entre a Polícia e os meios de comunicação social. Para encerrar o enquadramento teórico foi formulado o problema de investigação.

Relativamente ao método, recorreu-se a uma abordagem qualitativa, que possibilita compreender determinados assuntos apenas alcançáveis através da profundidade que esta permite (Santos, 2010). A técnica utilizada foi a análise de conteúdo, pois permite “efectuar inferências, com base numa lógica explicitada, sobre as mensagens cujas características foram inventariadas e sistematizadas” (Silva & Pinto, 1990, p. 104).

No que concerne à terceira parte do nosso trabalho, é feita a apresentação e discussão dos resultados obtidos pela análise elaborada. Nesta fase, torna-se possível inferir acerca do discurso noticioso adoptado em relação à actuação policial em grandes eventos de cariz político.

Para finalizar, são apresentadas as nossas conclusões, tendo em consideração as matérias abordadas no enquadramento teórico que fundamentam os resultados da análise do discurso noticioso. Procuramos contribuir com as nossas conclusões para a linha de investigação onde este trabalho se insere, apresentando resultados relativos a 2013, e também para uma melhor percepção, por parte da PSP, das temáticas aqui abordadas, para que futuramente estes ensinamentos possam servir para uma melhor intervenção comunicacional, contribuindo para a construção de uma imagem social positiva.

I. Enquadramento Teórico

1. Comunicação e Comunicação de massas

Representar e transmitir as suas ideias foi uma necessidade que desde cedo se impôs ao Homem (Fabre, 1980). A comunicação sempre foi um processo de elevada importância, permitindo que cada elemento compreendesse o seu semelhante e estabelecesse ligações benéficas para todos (Berlo, 1999). Nos tempos primitivos, comunicar permitia que fosse transmitida informação vital à subsistência, como por exemplo: como caçar, que locais seriam perigosos, onde existia água. Este processo foi adquirindo importância ao longo do tempo, sendo hoje em dia algo com que convivemos permanentemente e que dita o tipo de relações que estabelecemos. A comunicação está em todo o lado, nas ruas, nos jornais, na televisão. Gastamos 70% do nosso tempo a comunicar, quer seja ouvindo, falando, lendo ou escrevendo (Berlo, 1999). As redes de comunicação têm a função de agregador social, criando coesão no grupo, reduzindo as distâncias geográficas, mas também as sociais, contribuindo para o aprofundamento da igualdade e da democracia (Chevallier, in Mattelart, 1996).

O conceito de comunicação é difícil de delimitar, logo, a sua definição é também complexa. De certa forma os comportamentos humanos, quer sejam intencionais ou não, podem ser entendidos como comunicação, isto é, se por exemplo o indivíduo A vê o indivíduo B a correr podemos considerar este facto comunicação, pois através da acção de B, é transmitido a A uma ideia clara, que efectivamente B se encontra a correr, influenciando a atitude e modo de agir de A perante B (Sousa, 2006). Mesmo quando, antes de adormecer, reflectimos sobre a nossa vida, estamos a comunicar com nós próprios, tomando consciência da informação e interiorizando-a (Sousa, 2006). Percebe-se, assim, a complexidade deste conceito, bem como a diversidade de tipologias de comunicação. Salientamos seis tipos de comunicação: a interpessoal, que se desenvolve entre duas pessoas diferentes; a intrapessoal, que se manifesta na comunicação consigo mesmo, através da introspecção; a grupal, que tem lugar no seio de grandes grupos formais; a organizacional, que decorre no seio de organizações, sendo possível que se exteriorize, isto é, que haja comunicação para o meio envolvente; a social, que se destina a grupos heterogéneos e compostos por elevado número de indivíduos, conhecida também por comunicação de massas; e, por fim, a extrapessoal, isto é, com

tudo aquilo que não é humano, como por exemplo as “conversas” que desenvolvemos com o nosso animal de estimação, ou os desabafos que temos com o nosso computador enquanto realizamos um trabalho (Sousa, 2006).

Comunicar implica sempre a produção de uma mensagem por alguém, e a recepção dessa mesma mensagem por outra pessoa (Berlo, 1999). Para Berlo (1999), este processo não é mais do que um agente tentar influenciar outro, procurando participar activamente no desenrolar das questões, ou seja, comunicar é exercer algum tipo de influência, de forma intencional, em relação a outra pessoa. Comunicamos com o intuito de satisfazer as nossas necessidades, que segundo Maslow (1954) podem ser básicas, de segurança, sociais, de auto-estima e de actualização pessoal. Posto isto, afirmamos que quem inicia o processo de comunicação tem uma intenção clara, procurando atingir um objectivo (Sousa, 2006). Desde já fiquemos cientes que esta influência pode não ser a pretendida pelo comunicador, pois cada indivíduo tem a sua estruturação mental, baseada nas suas aprendizagens e experiências, interpretando, assim, distintamente as diversas mensagens (Berlo, 1999). Não nos podemos esquecer também que na comunicação não-verbal nem sempre a conseguimos (ou nos preocupamos) controlar, retirando, assim, a sua objectividade (Babad, 2005). Para McQuail (2003) a comunicação é um processo de partilha entre os participantes, com base em mensagens enviadas ou recebidas.

Podem ser feitas duas abordagens distintas à comunicação. A primeira encara a comunicação como um processo onde existe troca intencional de mensagens codificadas entre os indivíduos, recorrendo a gestos ou palavras, originando um determinado efeito. A segunda define a comunicação como uma actividade social, onde os indivíduos, possuidores de uma cultura própria, criam e trocam significados, como resposta à realidade que experienciam diariamente (Gill & Adams, 1998).

Em suma, a comunicação insere os indivíduos na rede de seres humanos, iniciando-se com a família e avançando até existir conexão com o mundo inteiro. A forma como nos desenvolvemos como indivíduos depende muito do grau de sucesso com que construímos essas redes, pois são elas que ditam o contexto social em que vivemos e as experiências que adquirimos, o que em consequência ditará a pessoa que nos tornamos. A comunicação não é apenas uma troca de informações, é também a partilha de pensamentos, sentimentos, opiniões e experiências (Gill & Adams, 1998).

Para um melhor enquadramento e percepção do que referimos teremos de aludir às duas principais correntes de pensamento neste âmbito, sendo estas desenvolvidas por duas principais escolas: a processual e a semiótica (Fiske, 1999).

A escola processual encara a ideia de comunicação enquanto transmissão de mensagens, preocupando-se com o modo como estas são codificadas pelos emissores e, consequentemente, decodificadas pelos receptores, levando em linha de conta os canais que são utilizados (Fiske, 1999). Para esta escola a comunicação trata-se de um processo onde um indivíduo influencia outro, intencionalmente, condicionando o seu modo de estar e de agir (Fiske, 1999). No âmbito da transmissão de mensagens, a escola processual admite que podem ocorrer falhas ou erros que culminam no fracasso da comunicação, que se verifica quando os resultados esperados são diferentes dos obtidos (Fiske, 1999). A mensagem, para o ser, deve estar munida de intenção, ou seja, o seu conteúdo deve representar, indubitavelmente, algo para quem a recebe, sendo o emissor um elemento de extremo relevo, uma vez que é ele que produz a mensagem (Fiske, 1999). Concluímos que o emissor teria de antever o alcance das suas acções, o que nem sempre é possível.

No que respeita à escola semiótica, ela define a comunicação como produção e troca de significados entre os indivíduos, que acontece pela interacção entre mensagens e pessoas. Podemos, assim, perceber o relevante papel das mensagens na nossa cultura, que vai evoluindo com o apoio dos significados criados e partilhados (Fiske, 1999). Contrariamente à escola processual, a semiótica não considera que a obtenção de resultados distintos dos esperados, devido à existência de erros ou ruídos na transmissão da mensagem, encarne num cenário de fracasso, defendendo que tal facto pode ocorrer pela presença de discrepâncias culturais entre o emissor e o receptor (Fiske, 1999). Se quisermos minorar esta diferença ao nível de atribuição de significados teremos de procurar diminuir as diferenças culturais nos receptores (Nunes, 2010). Esta escola não reconhece especial importância ao emissor, concentrando a sua atenção na mensagem e no seu impacto, ou seja, no modo como os receptores lhe atribuem significado. Percebemos o valor atribuído ao receptor, que ao interagir com a mensagem cria significados, que são, obviamente, condicionados pela sua cultura e experiências. Assim sendo, para a escola semiótica a mesma mensagem pode gerar diferentes significados, dependendo de quem a recebe.

Na nossa opinião as ideias defendidas por ambas as escolas complementam-se, pois a comunicação, como referimos, é um conceito de extrema complexidade, sendo difícil descartar perspectivas, que ainda que distintas podem ser cumulativas. Assim, pelas diferentes abordagens compreendemos melhor este conceito.

O aparecimento e constante evolução das novas tecnologias estabeleceu um novo paradigma de comunicação humana, aumentando de forma exponencial a sua produção e divulgação, muito por força do tipo concreto de comunicação, a comunicação de massas. Tendo a comunicação como objectivo a partilha de informação, compreendemos que esta se tenha desenvolvido de modo a atingir o maior número possível de pessoas, emergindo assim o conceito de comunicação de massas. A massa, segundo Simmel (in Wolf, 1999), não assenta na ideia de individualidade mas sim no todo, que se direcciona no mesmo sentido, procurando atingir um objectivo comum. Para Blumer (in Wolf, 1999), a massa é composta por indivíduos que se desconhecem, separados no espaço, não assenta numa estrutura organizada, mas sim num grande “bolo”. A comunicação de massas é a comunicação realizada de forma industrial, entenda-se, em série, para atingir um elevado número de indivíduos, a massa social. Esta comunicação resulta da evolução de diversos factores técnicos de produção, como por exemplo a introdução da prensa rápida, a melhoria da qualidade do papel, a estruturação das redes de distribuição, “bem como do desenvolvimento das técnicas de informação como o telégrafo que permite distribuir a distância entre a ocorrência dos acontecimento e a sua divulgação impressa” (Figueiras, 2005, p.30).

Wolf (1999, p.253) considera que a função da comunicação de massas “é construir para os seus consumidores uma enciclopédia de conhecimentos, atitudes e competências”. Já Luhmann (1992) afirma que tudo o que sabemos sobre a sociedade e ainda o que sabemos sobre o mundo, sabemo-lo através dos meios de comunicação de massas.

A comunicação de massas pode ser traduzida na comunicação efectuada em larga escala, sendo abstracta e não personalizada, no sentido em que não visa os elementos em concreto mas sim o todo, sendo divulgada uma mensagem que alberga, supostamente, os interesses e expectativas do todo. Esta comunicação implica o envolvimento de pessoas especializadas na área, bem como elevado capital, pois é extremamente onerosa. Desta forma percebe-se o porquê de os emissores serem institucionalizados, ou organizações comerciais que vendem o seu produto e subsistem

(Sousa, 2006). É através deste processo que a informação se multiplica e se reparte pela sociedade, sendo que um dado referido pelos *media* de massas chega ao conhecimento da sociedade com relativa rapidez e facilidade, contribuindo para o seu “saber” sobre os assuntos e consequente reestruturação mental da informação. Daí a importância deste conceito para o nosso trabalho, uma vez que podemos considerar que a comunicação de massas é uma via privilegiada de transmissão de mensagens para o público em geral, gerando algum tipo de resultado.

2. *Media* e Opinião Pública

Podemos definir opinião pública como um grupo momentâneo e mais ou menos lógico de juízos que, respondendo a problemas actuais, se encontram reproduzidos, em numerosos exemplares, em pessoas de um mesmo país, da mesma época, da mesma sociedade (Tarde, 1989). McQuail (2003) afirma que a opinião pública remete para pontos de vista colectivos de parte significativa do público. Já Bourdieu (1973) argumenta que a opinião pública não se trata apenas de uma soma de opiniões individuais, mas sim que as opiniões são forças sociais geradas por grupos e com capacidade de influenciar a sociedade. Como refere Figueiras (2005, p.9) “a opinião pública circula de uma forma difusa: dos cafés, aos clubes, às elites, ao Parlamento, até ao fórum supremo da televisão. Essa «potência anónima» vai ganhando rostos, portavozes, simultaneamente locutores e câmaras de eco”.

Historicamente, a opinião pública está ligada ao “desaparecimento do livre arbítrio do poder absoluto e à implementação do Parlamentarismo, onde a eleição dos governantes e o seu estatuto já não é conferido divinamente, mas pela vontade dos governados” (Figueiras, 2005, p.23.) É criada a ideia da vontade do todo, a opinião da maioria, aquilo que será a intenção da sociedade. Actualmente as sociedades têm um acesso privilegiado à informação, vivemos na era da informação. Com o fenómeno da globalização tudo se tornou acessível, o mundo sofreu uma mutação tal que as fronteiras perderam significado, todas as pessoas vivem na denominada aldeia global. Mas para além deste acesso estão também, de um modo involuntário, expostas a várias fontes que ‘bombardeiam’ o público com os mais diversos temas. Os OCS são responsáveis pela disseminação da informação, escolhendo qual é transmitida, com que frequência e com que perspectiva. Encaramos assim uma possibilidade que merece toda a nossa atenção,

que se prende com o facto de os *media* poderem influenciar a opinião pública, devido aos temas que abordam e ao modo como os abordam. Um exemplo claro da influência dos *media* é o facto de a transmissão de actos violentos na televisão estar intimamente ligada com o aumento da violência e com o aumento do sentimento de insegurança (Anastasio et al., 1999). Apercebemo-nos que existe um enorme potencial por parte dos *media* em poder moldar o pensamento do público, bem como direccioná-lo no sentido que desejar. Mas será este processo simples? De que modo ocorre? (para melhor explanação vd. Anexo 1).

Podemos socorrer-nos do estudo de Babad (2005) que, apesar de respeitar ao meio televisivo (não sendo esse o objecto do nosso trabalho), nos demonstra até onde pode ir o ‘enviesamento’, e os simples actos que influenciam o público. Nesse estudo, conclui-se que para a mesma atitude de um entrevistado, mudando as atitudes do entrevistador, as percepções dos telespectadores mudam, criando imagens distintas do entrevistado. Este facto tem tanto de interessante como de perigoso, pois percebemos que existe um enorme poder, que se materializa não só no discurso utilizado, como no comportamento não-verbal (estudado por Babad, 2005). Fica provada a relação entre comportamentos não-verbais e a opinião criada pela audiência. Posto isto compreendemos até onde vai, ou pode ir, o grau de influência dos *media*, e a sua capacidade de interferir com as análises da informação feitas pelo público, necessitando agora de aprofundar estes efeitos para sua melhor e mais real percepção.

3. Teorias da Comunicação de Massas

Este ponto do nosso trabalho servirá para explicitar as teorias, relativas à comunicação, que considerámos interessantes e relevantes para a prossecução dos nossos objectivos, criando assim uma base de conhecimento teórico suficiente para compreendermos melhor o fenómeno que pretendemos analisar: o discurso noticioso dos *media* em relação a grandes eventos de cariz político. No entanto, decidimos pesquisar previamente a evolução histórica do pensamento em si, para quando explicitarmos as teorias percebermos em que contexto surgem e o que as influenciou. Segundo McQuail (2003) “todo o estudo da comunicação de massas assenta na premissa de que os *media* têm efeitos significativos, apesar de existir pouco consenso sobre a sua natureza e extensão” (p. 422). Ao longo do tempo podemos distinguir

diferentes estádios relativos ao pensamento acerca dos efeitos dos *media*, facto que indica progressão e desenvolvimento do conhecimento. Baran e Davis (2012) afirmam que as teorias relativas aos *media* nunca são totalmente inovadoras, são sempre produto do tempo e do contexto em que foram estabelecidas e partem das formulações anteriores. Assim, as teorias actuais acabam por ser versões melhoradas das teorias primárias. Para compreendermos as teorias vigentes é vital perceber as teorias que lhes deram origem.

Podemos, de acordo com Baran e Davis (2012) e McQuail (2003), referir a existência de quatro fases. A primeira fase, que medeia entre o início do século XX e o fim dos anos 30, e tem latente a ideia de que os *media* são extremamente poderosos, tendo uma enorme capacidade de influenciar o público. Esta ideia tem na sua base a forte procura dos meios urbanos pela população que, face ao desenvolvimento da indústria, procurava emprego, aumentando deste modo a classe operária e a classe média (Baran & Davis, 2012). Simultaneamente, a imprensa distribuía imensos jornais a baixo preço para cativar a população para a leitura. Criou-se assim a noção de sociedade de massas, que partia do pressuposto de que todos os indivíduos apresentavam a mesma reacção perante estímulos iguais, sendo homogéneos. A ideia defendida era a de que os leitores, atraídos pelo sensacionalismo das notícias, absorviam-nas imediatamente, tendo os *media* um forte poder para influenciar e controlar a população, que, sendo uma massa, apresenta reacções semelhantes (Baran & Davis, 2012). Durante os anos 30, a ideia dominante continuava a ser a da influência directa, com base na ideia da sociedade de massas. Politicamente os *media* eram usados para resolver os seus problemas e direccionar as opiniões no sentido desejado, sendo o melhor exemplo as técnicas de propaganda utilizadas na Segunda Guerra Mundial pelos vários Estados (Baran & Davis, 2012).

No começo dos anos 30 e até aos anos 50 presenciamos uma nova fase, que vem contrariar a ideia dos efeitos directos, afirmando que os *media* teriam um papel mais modesto ao nível dos efeitos produzidos (McQuail, 2003). Não se questionava que os *media* provocavam efeitos, apenas se considerou que não havia uma ligação directa entre o estímulo produzido e a resposta dada pela audiência (McQuail, 2003). O processo de comunicação relativo à sociedade de massas não é causa necessária nem suficiente para a obtenção de efeitos esperados sobre a audiência, funcionando estes efeitos através de um nexos de factores de mediação, ou seja, a audiência não é uma

massa semelhante, cada indivíduo tem as suas singularidades, logo os efeitos serão diferentes (McQuail, 2003). Baran e Davis (2012) afirmaram que o público dispõe de um vasto número de condições que permitem resistir à influência dos *media*, sendo as suas reacções resultado de um diverso número de factores como a família, os amigos ou a religião (Baran & Davis, 2012). Estamos perante a teoria dos efeitos limitados, que não nega os efeitos dos *media*, mas afirma que não influencia todos os indivíduos e muito menos da mesma forma. É defendida a ideia dos efeitos mínimos.

Como se percebe a segunda fase, ao tornar inviável o postulado na primeira, deixou quem com ela lucrava bastante insatisfeito. Havia quem duvidasse que a segunda fase fosse o final da história, procurando desafiar as novas ideias (McQuail, 2013). Segundo McQuail (2003) existiam evidências “de que os *media* podiam realmente ter importantes efeitos sociais e ser um instrumento para o exercício do poder social e político” (p. 425). Surge assim a terceira fase no início dos anos 50, que defende que os efeitos mínimos dos *media* só se aceitaram e revogaram a ideia primordial por serem tidos em conta meramente efeitos a curto prazo (McQuail, 2013). Esta nova abordagem ao processo de comunicação considera efeitos mais amplos, institucionais e sociais. Passam a estar em foco as mudanças a longo prazo, as cognições e fenómenos colectivos como climas de opinião, ideologias e padrões culturais (McQuail, 2013). Surge também nesta fase o interesse sobre os conteúdos escolhidos pelos *media*, bem como os processos que ditavam esta selecção (McQuail, 2013).

A quarta fase passa pela revisão, aperfeiçoamento e consolidação das ideias defendidas na terceira, uma vez que a abordagem anterior tem em conta factores de extremo relevo. No entanto, no início dos anos 70, surge uma abordagem que visa, com mais relevo, os efeitos dos *media* na construção social. Como ensina McQuail (2003) esta abordagem “em essência, envolve o ponto de vista de que os efeitos mais significativos dos *media* decorrem da construção de significados” (p. 426). Os *media* elaboram certo tipo de construção, que posteriormente é transmitida à audiência, que por sua vez, através de um processo de negociação com as suas estruturas pessoais, a incorpora. Concluímos que os significados são co-construídos pelo receptor (McQuail, 2003).

Analisadas, em traços gerais, as quatro fases das teorias dos efeitos dos *media*, passaremos a especificar as teorias que entendemos mais relevantes.

3.1. Teoria hipodérmica

Esta teoria, que se insere na primeira fase das teorias dos efeitos dos *media*, defende que as mensagens dos meios de comunicação de massas tinham um impacto directo nas pessoas, produzindo comportamentos previsíveis (Sousa, 2006; Traquina, 2000; Wolf, 1999). A teoria hipodérmica tem como conceito central a sociedade de massas, que encara o público como uma massa homogénea, daí a conclusão de que as reacções seriam similares. Os efeitos ocorriam em cada elemento da sociedade, similarmemente, e a acção do todo seria facilmente expectável e controlada pelos *media* (Traquina, 2000). Estávamos perante uma audiência indefesa e passiva, colocada à mercê do poder sem limite dos meios de comunicação de massas (Wolf, 1999). Esta teoria, como se percebe, tem apenas em conta os efeitos imediatos, ou seja, a curto prazo, evidenciando o pensamento *behaviourista* do estímulo-resposta aplicada aos efeitos da comunicação social (Sousa, 2006). Segundo Sousa (2006) as pessoas apresentariam o mesmo comportamento mecânico (resposta) às mensagens (estímulo). Desta forma, os meios de comunicação seriam causa necessária e suficiente para a obtenção dos efeitos desejáveis (Saperas, 1993). Como conclui Wolf (1999) a “teoria hipodérmica é uma abordagem global aos *mass media*, indiferente à diversidade existente entre os vários meios e que responde sobretudo à interrogação: que efeito têm os *mass media* numa sociedade de massa?” (p.23).

Como se compreende, esta teoria foi ultrapassada, pois era considerada demasiado simples e atribuía um poder infinito aos *media*. Entramos assim numa nova fase das teorias da comunicação: a dos efeitos limitados.

3.2. Teoria de comunicação a dois níveis e múltiplas etapas

Na senda de estudos dos efeitos limitados surgem as teorias da comunicação a dois níveis e em múltiplas etapas. Estas foram avançadas por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet em 1944, e defendem a ideia de que os meios de comunicação influenciam primeiro os líderes de opinião, que por sua vez os transmitem (Katz in Serra, 2007). Percebemos que existem mediadores entre a mensagem emanada pelos *media* e a que é recebida pelo público, sendo eles os líderes de opinião. Os líderes de opinião serão mais receptivos a

todo o tipo de informação, promovendo a circulação da mesma, influenciando quem os rodeia. Entram também em linha de conta nestas teorias três importantes mecanismos, a exposição selectiva, a percepção selectiva e a memorização selectiva (Sousa, 2006). Relativamente à exposição selectiva os autores descobriram que as pessoas tendem a consultar aquilo com que se encontram, à partida, de acordo. A percepção selectiva refere que o público é naturalmente mais receptivo a posições que sejam concordantes com as suas ideias. A memorização selectiva refere que as pessoas não só se expõem aos conteúdos dos meios de maneira selectiva, como memorizam mais facilmente a informação que mais se aproxima das suas ideias (Sousa, 2006).

Concluimos assim que “os meios de comunicação não são os únicos agentes que influenciam as decisões das pessoas e que, por vezes, nem sequer são os mais poderosos desses agentes” (Sousa, 2006, p. 495). As pessoas, contrariamente à ideia de passividade da teoria hipodérmica, têm vários mecanismos de defesa (exposição, percepção e memorização selectivas). Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (in Sousa, 2006) referem, por exemplo, que as pessoas acabam por demonstrar um certo grau de indiferença pela propaganda eleitoral, pois sabem que o seu objectivo é influenciar, caindo assim em descrédito.

Fazemos também referência à comunicação em múltiplas etapas, pois parece-nos importante salientar as diversas relações sociais existentes, que criam uma teia social propícia à transmissão da informação. Desta forma, é possível coexistirem vários líderes de opinião, em vários níveis, funcionando como mediadores uns para os outros e tornando a mensagem cada vez menos directa e mais mediada, anulando e transformando os seus possíveis efeitos.

Todos estes factores defendidos pelas teorias demonstram que os *media* não têm poder absoluto, e que não se pode afirmar que existam efeitos directos, mas sim limitados, defendendo-se a ideia de efeitos mínimos. Os efeitos dos *media* teriam de ultrapassar várias condicionantes até atingir o público. À semelhança da teoria anterior, aqui acabam por ser analisados os efeitos a curto prazo, concebendo os efeitos dos *media* em termos comportamentais, não se interrogando sobre o significado social político e económico dos mesmos. Para além disso, oculta o poder dos *media* colocando o ênfase na audiência (Gitlin, in Serra, 2007).

3.3. Agenda-Setting

Inserida na corrente de pensamento que volta a atribuir considerável poder aos *media*, reconhecendo que realmente desencadeiam importantes efeitos sociais, surge a teoria do *agenda-setting* (agendamento), contrapondo-se à teoria dos efeitos mínimos. Esta hipótese foi introduzida em primeira instância por McCombs e Shaw, nos anos 70, partindo de duas constatações iniciais: a primeira refere que os acontecimentos são demasiado numerosos para que os meios de comunicação possam atribuir igual atenção, sendo necessariamente feitas escolhas; a segunda refere o facto de o público não ter capacidade de assimilar tudo o que é relatado pelos meios de comunicação, impondo-se que seja efectuada uma selecção de acontecimentos (McCombs & Shaw, 1972). Lippmann (in Miller, 2007), em 1920, já havia proposto a ideia de que os *media* afectam a agenda política, levando os indivíduos a concentrarem-se em certos problemas, ignorando outros. Revela-se, assim, fundamental perceber a questão do *agenda-setting*, para que possamos compreender este fenómeno, que dita o que é, ou não, debatido.

Esta teoria evidencia que os *media*, como afirma Cohen (1963), podem na maior parte das vezes não conseguir dizer às pessoas como pensar, mas no entanto têm uma capacidade tremenda para dizer-lhes sobre que temas devem pensar. Esta questão prende-se com aquilo que é disponibilizado e acessível, com o que está, ou é colocado, na ordem do dia para que possa entrar na esfera de preocupações dos indivíduos. Atentemos que a acessibilidade dos assuntos, isto é o *priming* (vd. Anexo 2), é condição necessária mas não é suficiente para a prossecução do *agenda-setting*. Feita esta ressalva, importa referir que os *media* não se limitam a distribuir um certo número de notícias; apresentam ao público uma lista daquilo sobre que é necessário ter uma opinião e discutir, fornecendo de modo declarado as categorias em que os destinatários podem, sem dificuldade e de uma forma significativa, colocar essas notícias (Shaw, 1979). McLeod, Becker e Byrnes (1974) referiram, claramente, que quanto maior for o ênfase dos meios de comunicação sobre um tema, maior será a importância que a audiência atribui a esse dito tema. Apercebemo-nos do alcance do *agenda-setting* e do seu poder em influenciar o público. Uma vez direccionada a atenção do público para temas específicos as pessoas organizam e estruturam o mundo ao seu redor, e

naturalmente esta estruturação já sofreu influência devido não só às abordagens de determinadas temáticas como também ao facto de estarem expostas a um tipo limitado de informação, apreendendo assim somente aquela que “consomem” (McCombs, 1981) (vd. Anexo 3). Relativamente à atenção que o público atribui aos temas conseguimos distinguir três tipos de agendas, mediante a importância ou realce que os assuntos têm. A agenda intrapessoal (realce individual) que corresponderá àquilo que o indivíduo pensa, ou seja, ao relevo pessoal que cada um de nós atribui a cada tema, tendo em conta, naturalmente, o seu sistema de prioridades. É composta pelos temas prioritários para cada pessoa, individualmente. A agenda interpessoal (realce comunitário), que diz respeito ao que se discute com outras pessoas, sobre o que se fala. Esta importância tem um certo grau de subjectividade, daí ser designada importância intersubjectiva, pois se cinge ao grupo, e a importância dos temas diz apenas respeito a ele. Um outro tipo de agenda, a colectiva, diz respeito à percepção que uma pessoa tem da opinião pública em geral (percepção dos temas comunitários de actualidade). Será então o relevo que cada um pensa que os restantes atribuem a uma certa temática, que determinará aquilo sobre o que os outros pensam e falam (McLeod et al., 1974; DeGeorge, 1981). Devemos referir que antes de se debater uma temática ela tem de surgir para o público, querendo isto dizer que terão de ocorrer um conjunto de situações que a constituam, denominando-se este acontecimento por tematização (para melhor esclarecimento vd. Anexo 4)

Será que o *agenda-setting* tem o mesmo impacto em todos os indivíduos e de igual modo? Pensamos que não, concordando com McLeod et al. (1974), este terá mais efeito nos indivíduos que participam em conversas sobre questões levantadas pelos meios de comunicação social do que nas pessoas que não participam nesse tipo de conversas. Será difícil ter impacto em quem não está em contacto com a actividade de debate de temáticas de conhecimento público. Tal como será mais fácil, entre os que contactam com os *media*, ter impacto nos que possuem menos conhecimento ou informação sobre determinado assunto. Estes acabam por deixar que pensem por eles, deixando-se guiar, consultando depois as fontes que têm como legítimas, ou as “autoridades epistémicas” em quem confiam, assumindo assim a posição delas, partindo para a reflexão dos assuntos com base no tratamento prévio dado por elas. Fazemos aqui referência a um novo conceito, o de autoridades epistémicas, que sentimos necessidade de explicitar. Estas autoridades são tidas, pelo público, como entidades fiáveis e conhecedoras dos

assuntos, muitas vezes vistas como especialistas, e assim sendo, as suas opiniões têm elevado peso e são amplamente levadas em consideração pelos indivíduos (Babad, 2005). Outra teoria que faz sentido referir é a da espiral do silêncio (vd. Anexo 5) que postula a ideia de que os indivíduos encaram a opinião fornecida pelos *media* como sinónimo de opinião maioritária, ou seja, os *media* representam o que a comunidade pensa, tendo estes forte impacto na tomada de opinião.

É necessário, como ensina Sousa (2000), compreender que a capacidade de agendamento dos temas diferirá de meio para meio, pois os diferentes públicos têm diversas necessidades e anseiam por temas diferentes. Assim sendo, mesmo dentro dos diversos públicos existirão factores que, de certo modo, influenciarão o processo de agendamento. Fará, talvez, sentido abordá-los, de modo a especificar e compreender a sua influência. Faremos referência a seis factores, os quais consideramos mais relevantes, seguindo os ensinamentos de Saperas (1993), DeGeorge (1981), Eyal e Winter (cit. in Sousa, 2000) e, Palmgreen e Clarke (cit. in Sousa, 2000). O primeiro será, compreensivelmente, o tempo de exposição a um tema, pois se a audiência se encontra maioritariamente em contacto com uma temática específica, é natural que lhe preste atenção. Outro factor será a proximidade geográfica, cuja explicação difere do que o termo sugere à primeira vista. O agendamento terá maior efeito quanto menor for a experiência directa de uma comunidade acerca de um determinado tema, razão pela qual os temas nacionais e internacionais, mediante acção dos *media*, entram mais facilmente na agenda pública. Em terceiro lugar podemos referir a natureza e conteúdo dos temas abordados pelos meios noticiosos. Nem todos os temas apelam do mesmo modo à audiência existem temas mais “espectaculares” que outros, por exemplo crimes violentos, guerra, eleições e escândalos governamentais (Uscinski, 2009). A credibilidade da fonte de informação tem também forte impacto no sucesso do *agenda-setting*, pois a informação divulgada pelas fontes consideradas credíveis tem uma entrada mais facilitada na audiência, despertando-lhe mais facilmente a atenção. A concordância relativamente a um tema mediaticamente abordado favorecerá a sua inclusão na agenda pública, sendo a audiência guiada em certo sentido (pelo acordo entre as opiniões) que lhe parece claro e correcto. Por fim, a comunicação interpessoal, que significa que a troca de informações, de impressões, ou simplesmente o ouvir falar em algo, dá ao público a percepção de importância de um tema, que consequentemente entrará mais facilmente na sua agenda (DeGeorge, 1981; Miller, 2007; Saperas, 1993;

Sousa, 2000; Wolf, 1999). O modo como o *agenda-setting* acontece está presente no Anexo 6.

As notícias também nos dizem como devemos pensar os assuntos (*framing*) tanto na selecção de objectos que despertam a atenção da audiência, como na selecção de enquadramentos para pensar esses objectos.

Num Estado democrático, uma imprensa independente é encarregue de providenciar o bem público, pelo menos teoricamente. Este bem público corresponde ao debate de temas importantes para cada indivíduo como parte de um todo, e também pela transmissão de informação relevante que de outra forma seria inacessível, permitindo a cada pessoa a participação activa no debate dos temas importantes para a sociedade. A razão de ser da informação jornalística é assim legitimada pelo direito do público saber o que interessa à vida da comunidade (Figueiras, 2005). No entanto, com a competição das várias empresas privadas pela audiência, nem sempre se verifica a preocupação com o bem público. Goldman (1999) defende que os OCS, enquanto empresas privadas que procuram lucro, lutam pelas audiências, procurando temas controversos em busca da “espectacularidade” atraindo assim as atenções, nem que para tal tenham de fornecer apenas certas partes da informação sobre certos temas, criando ideias que podem não corresponder à realidade somente para serem apelativas. De outro lado temos as empresas públicas, que não tendo como objectivo primordial gerar lucro, almejam no seu horizonte algo ainda mais apetecível: poder. “Os *media* podem ignorar assuntos que merecem atenção para o bem público, devido à falta de espectacularidade (...), focando-se em certos assuntos que preocupam o público – a imprensa segue a opinião do público ao invés de a clarear” (Uscinski, 2009, p.811). Dando ao público o que lhe agrada consumir cria um ciclo, pois começam a ser seguidos os interesses das pessoas e as notícias que vendem, aumentando as audiências e inserindo gradualmente novos temas apetecíveis, direccionando a atenção da massa e, como já foi referido, providenciando certas perspectivas (*frames*).

Posto isto, compreendemos que não são somente os *media* que possuem a capacidade de influenciar, eles próprios sofrem influências. Goldenberg e Miller (in Traquina, 2000) descrevem o processo do agendamento como um processo interactivo, referindo que a influência agenda pública sobre a agenda jornalística se trata de um processo gradual, mediante o que se criam, a longo prazo, critérios de noticiabilidade, enquanto a influência inversa se revela directa e imediata, mais ainda quando o público

não possui experiência directa. Ou seja, existe também influência no sentido público – *media*. A reacção pública relativamente a um determinado assunto pode fixar a agenda dos *media*, isto é, a agenda dos meios de comunicação social também pode ser influenciada pela agenda do público. Se o público está atento a determinado tópico, este passa a ser considerado como importante, levando a que entre nas agendas (Uscinski, 2009). Outro indício claro da influência do público relativamente aos *media* é o facto, referido anteriormente, de os eventos mais espectaculares terem imediata cobertura, pois são apetecíveis para a audiência, e os *media* são levados a colocá-los na sua agenda (Miller, 2007). Este processo de influência múltipla é conhecido por *agenda-building*. Kurt Lang e Gladys Lang (in Baran & Davis, 2012) definem *agenda-building* como um processo mais amplo que o *agenda-setting*, uma vez que tem em consideração o conjunto de influências recíprocas entre *media*, público e política.

Para complementar a análise do *agenda-setting* pretendemos referir as suas limitações, estando estas presentes no Anexo 7.

Analisando os vários autores bem como os seus ensinamentos, concordamos que o público não seja um ser vegetativo, mas sim dotado de capacidade de interpretação, no entanto, ele vai processar a informação que lhe chega. Ora, se esta informação pode ser controlada, chegando sempre do mesmo modo ou sempre sobre os mesmos temas, por mais interpretação que exista, o indivíduo está condicionado, não é propriamente um prisioneiro mas é-lhe indicado um caminho, não o que pensar, mas sim, sobre o que pensar. Defendemos assim que não existem efeitos directos como McCombs e Shaw (1979) afirmam, não se consegue fazer o indivíduo pensar de certa forma. No entanto, tem de ser reconhecida a valência dos *media* de disponibilizarem só certa informação, mostrando (e condicionando) sobre que assuntos pensar. Concluimos assim que, existem importantes efeitos indirectos e cumulativos que se repercutem a longo prazo, criando fenómenos sociais bastante interessantes, uma vez que sendo o público, por influência dos *media*, levado a prestar atenção a um número restrito de temas, desinteressando-se por outros, faz com que certas ideias nunca entrem no mundo do conhecimento, não passando de fantasmas que não se inseriram no campo de debate. Analisando a perspectiva temporal amplamente e a um nível macro, percebemos que aqui podem ser abortadas verdadeiras correntes de pensamento (Baran & Davis, 2012; Figueiras, 2005; McQuail, 2003).

3.4. *Framing*

No ponto anterior foi feita referência ao enquadramento que os *media* fazem às notícias, entrando no campo do *how to think?* Este fenómeno é o *framing* e pode ser definido como “a escolha de diferentes pontos de vista em relação ao mesmo assunto” (Rabin, cit. in Druckman, 2001, p.1042). Na área da ciência política pode descrever-se como “o ênfase dado a um subtema que o orador considera relevante, com o intuito de atrair as atenções do público para ele” (Druckman, 2001, p.1042). Como Schudson (cit. in Traquina, 2000) defende, “o poder dos *media* não está só (nem principalmente) no seu poder de declarar coisas como sendo verdadeiras, mas no seu poder de fornecer as formas sob as quais as declarações aparecem” (p.27). Para Mendonça e Simões (2012) o *framing* é a selecção de alguns aspectos da realidade para que sejam salientados num texto e percebidos como importantes para a comunidade, definindo assim problemas em concreto, gerando interpretações e avaliações morais.

A neutralidade no relato de uma situação é difícil de alcançar, e por vezes nem sequer é procurada, pois há interesse em difundir certa perspectiva, para ser criada determinada reacção. Um exemplo de *framing*, dado por Sniderman e Theriault (in Druckman, 2001) em relação à pobreza, demonstra que se o governo gastar dinheiro no apoio aos pobres e o assunto for abordado como uma hipótese de mudarem o seu rumo e melhorarem a sua qualidade de vida, as pessoas tendem a apoiar a medida; se por outro lado for abordado o mesmo apoio como representando um aumento de impostos, as pessoas tendem a opor-se. Percebemos assim o poder aqui presente, o diferente modo de fazer transparecer exactamente a mesma questão modifica totalmente o modo como o público encaixa a informação.

Como acontecerá este processo? “Muitos argumentam que o efeito do *framing* funciona por, de forma passiva, alterar a acessibilidade das diferentes perspectivas” (Chong, cit. in Druckman, 2001, p.1043). Nelson e Oxley (cit. in Druckman, 2001, p.1043) sugerem que o *framing* funciona “através de um processo psicológico onde os indivíduos de forma consciente e deliberada pensam sobre a relevância das várias considerações fornecidas pela perspectiva abordada”. Para França (cit. in Mendonça & Simões, 2012, p. 192) o *framing* é o processo a partir do qual os *media* “identificam, organizam e dão inteligibilidade às interacções vividas; eles situam uma ocorrência

vivida dentro de um dado contexto normativo, permitindo aos atores identificar a situação, adequar as suas expectativas e orientar a sua acção”.

Vários estudos defendem que as elites, através do *framing*, fazem vingar as ideias que lhes convêm, sendo assim considerada manipulação (Druckman, 2001). No entanto, é relevante analisar uma outra perspectiva, que sugere que o *framing* ocorre quando os cidadãos delegam nas elites, tidas como fontes credíveis, o ónus de escolher a perspectiva correcta dos casos em concreto, procurando orientação na análise das questões (Druckman, 2001). Temos de voltar a referir o conceito de “autoridades epistémicas”, pois relativamente a este ponto elas são também muito tidas em conta, sendo a sua perspectiva (*frame*) utilizada pelo público no processo de análise, pesando bastante na interpretação que é feita. Actualmente temos um exemplo flagrante de uma individualidade tida como “autoridade epistémica”, o Professor Doutor Marcelo Rebelo de Sousa, que ao posicionar-se relativamente a um assunto específico arrasta grande parte da audiência. O *framing* não é simplesmente a transmissão de perspectivas ou opiniões, mas laços intersubjetivos que atravessam as relações humanas estruturando-as (Mendonça & Simões, 2012).

O *framing* não ocorre pelo facto de as elites ou as “autoridades epistémicas” desejarem manipular os cidadãos, moldando as suas opiniões, ocorre pelo facto de os cidadãos delegarem nas elites a análise das situações, procurando aconselhamento (Druckman, 2001). No entanto, existe um factor fundamental: credibilidade. É a credibilidade que dita se uma fonte é confiável e seguida, ou não. Isto significa que o *framing* funciona se as declarações pertencerem a uma fonte credível, e por outro lado falha se as declarações pertencerem a uma fonte não credível (Druckman, 2001). Esta questão da credibilidade merece atenção, sendo que, como sugere Lupia (in Druckman, 2001), ela requer duas condições para se verificar: a audiência acreditar que quem passa a mensagem conhece o assunto e revela o que sabe; e, conseguir identificar, claramente, os pontos realmente relevantes para a tomada de decisão. Verificados estes pressupostos, a fonte é vista como credível, merecendo a confiança do público e, consequentemente, as suas abordagens passam a ser seguidas. Outro factor que influencia a credibilidade é o posicionamento social e hierárquico do emissor, ou seja, indivíduos que ocupem certos cargos, como por exemplo membros do Governo, indivíduos com certas profissões (e.g. médicos, advogados), ou mesmo como considera

Babad (2005) os entrevistadores televisivos, são considerados “autoridades epistémicas”, e é-lhes atribuída elevada credibilidade.

Posto isto, podemos concluir que, uma vez a fonte sendo considerada credível pelo público, subsequentemente as opiniões e ideias defendidas são aceites e tidas como verdadeiras. É nesta fase que reside o poder do *framing*, sendo possível fornecer o ponto de vista que se deseja, procurando reacções concretas em busca de resultados bem definidos.

3.5. Gatekeeping

Um papel de extremo relevo é desempenhado pelos *gatekeepers* ou “guardas do portão” por onde passa, ou não, a informação, até ser definitivamente aceite e aprovada (seleccionada) para difusão. Este termo foi utilizado pela primeira vez por Kurt Lewin em 1947, sendo que David White (1950) posteriormente o aplicou ao jornalismo. White define que o processo de produção de notícias encerra em si um elevado número de filtros, sendo estes fundamentais pois definem as notícias que “passam” (Daltóe, 2003). O processo de filtragem é feito a vários níveis, sendo utilizados critérios subjectivos, baseados na experiência, expectativas e motivações individuais (White, 1950). Saperas (1993) define *gatekeepers* como “agentes profissionais que, individualmente e organizativamente, determinam os itens de actualidade avaliados como relevantes em cada momento” (p.64). São estes agentes que determinam que acontecimentos são jornalisticamente interessantes, atribuindo diferentes graus de importância, usando para tal certas variáveis como a extensão (em tempo ou em espaço), a importância (tipo de títulos, localização no jornal, frequência de aparecimento, posição no conjunto das notícias) e o grau de conflitualidade (a forma como se apresenta o material jornalístico) (DeGeorge, 1981).

Mediante a acção dos *gatekeepers* certas notícias são aprofundadas ao passo que outras são completamente ignoradas. É aqui que se inicia a selecção dos assuntos a incluir na agenda dos *media*. É feita uma afirmação clara das temáticas tidas como relevantes para discussão pública, e, considerando o *agenda-setting*, a audiência adopta este tipo de afirmação temática, incorporando as questões na sua própria agenda (DeGeorge, 1981). Podemos distinguir vários níveis de acção dos *gatekeepers*,

nomeadamente, a sua acção ao nível de indivíduos isolados; a função desenvolvida por uma determinada organização ou instituição emissora; essa mesma função exercida por um conjunto interorganizativo ou institucional com limites diversos; e, por fim, a função de *gatekeeper* exercida pelo sistema comunicativo, de um modo mais abrangente, como resultado da actividade informativa conjunta dos meios de comunicação de massas (Grandi, in Saperas 1993). Independentemente do nível a que intervêm, o seu papel no agendamento é sempre fulcral, pois são eles que efectuam a escolha dos temas que são falados, efectuando escolhas, mediante os seus objectivos, que inevitavelmente terão impacto no público. A questão *What to think about?* tem aqui o seu início (Cohen, 1963; Saperas, 1993; Wolf, 1999).

Em suma, para Saperas (1993) o *gatekeeper*:

Adquire um especial destaque na investigação sobre a capacidade de estabelecimento da agenda temática ao realizar a selecção dos temas, ao determinar o grau de relevância do tema e, consequentemente, ao iniciar o processo de estabelecimento da agenda dos *media*. Ao mesmo tempo, determinará qual é o período de permanência de um tema nos *media* e destacará quais são os conflitos de maior presença pública. (p.61)

Como se compreende o objectivo dos jornais será agradar à audiência, logo as escolhas dos *gatekeepers* são feitas com o público em mente. Sabendo que certo tipo de notícias agrada a certo tipo de pessoas, são tomadas decisões. Para além deste crivo, há também a finitude de espaço, que implica mais escolhas e, inevitavelmente, mais informação excluída.

4. Notícia

As notícias fazem parte do nosso quotidiano, estando todo e qualquer indivíduo sujeito a elas mesmo sem as procurar. É comum o facto de existir um fluxo extremamente activo de informação, estranho para nós seria o contrário. Muitas vezes a única forma de alguns indivíduos poderem entrar em contacto com os acontecimentos

para além da sua esfera de relações sociais são as notícias, criando maior acessibilidade informativa, retratando o mundo. Este retrato tem bastante valor na sociedade, pois como se percebe é impossível presenciarmos todos os acontecimentos, e assim, para nos mantermos actualizados necessitamos de notícias. A representação da realidade torna-se deste modo mais relevante que a própria realidade, visto que é a imagem que é transmitida que se assume como facto pelo público (Santos, 1992). Posto isto, é de todo pertinente definir o conceito de notícia, para o compreendermos de um modo mais completo, bem como o seu relevo para a temática em estudo.

Segundo Wolf (2003, p.506) a notícia é a “forma fundamental da informação corrente sobre acontecimentos públicos, em todos os tipos de *media*”. Para Daltoé (2003) a notícia não se limita a traduzir o mundo, ela faz com que os acontecimentos circulem, espalhando assim a realidade que os OCS desejarem. Para Sousa (2000), as notícias são artefactos linguísticos que têm por finalidade representar aspectos da realidade, difundidos pelos meios jornalísticos. A notícia funciona como uma verdadeira instituição social dotada de um evidente carácter público. Nas palavras de Tuchman (1983, pp.16-17) a notícia é definida como “um produto dos informadores, os quais operam no seio de processos institucionais e em conformidade com práticas institucionais. Congruentemente, a notícia é o produto de uma instituição social e encontra-se enraizada nas suas relações com outras instituições”. Como Park (in Saperas, 1993) refere, as notícias acabam por determinar o conhecimento e a posição a adoptar por parte de um indivíduo, enquanto parte de um todo, relativamente ao seu meio, uma vez que a análise individual das situações está dependente da informação disponível. Daí a afirmação de Traquina (cit. in Traquina, 2000, p.26) que diz que “as notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e de textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia cria o acontecimento”.

Os jornalistas definem notícia como “histórias que são interessantes ou dizem respeito ao público e contêm informação intrigante que irá atrair e manter o público atento” (Uscinski, 2009, p.799). Segundo Cascais (1999), é aqui que reside o poder do jornalismo, pois é feita uma escolha das notícias, designando o que se deve, ou não, debater e focar. Lippman (in Sousa, 2000, p.164) salientou a importância dos OCS no processo de orientação da atenção do público, uma vez que “os jornais seriam a principal ligação entre os acontecimentos e as imagens que as pessoas formavam desses acontecimentos”. A cobertura dada às notícias tem sempre o público e os seus desejos

em mente, e os “jornalistas e os editores escolhem, propositadamente, quais os eventos a dar cobertura e ênfase às preferências que o público tem em mente” (Molotch & Lester; Lester, cit. in Uscinski, 2009, p.799). A preocupação com aquilo que o público deseja prende-se com o facto de o objectivo dos OCS ser a obtenção da mais vasta audiência, uma vez que o sector privado tem o intuito de gerar capital e o sector público o intuito de ser reconhecido como fiável e poder distribuir a informação que considera importante.

É de fulcral importância fazer uma clara distinção entre realidade e notícia, uma vez que “as notícias podem indicar a realidade, representar a realidade, mas não são a realidade nem o seu espelho” (Sousa, 2000, p.135). As notícias versam sobre o real, retratando-o, no entanto não são a sua cópia fiel, como afirma Tuchman (1983, p.13), “a notícia é uma janela para o mundo (...) a notícia tende a dizer-nos o que queremos saber, o que precisamos saber e o que deveríamos saber”. Mesmo o Código Deontológico do Jornalista (1993) refere no seu artigo primeiro que o jornalista “deve relatar os factos com rigor e exactidão e interpretá-los com honestidade”, abrindo as portas à influência do indivíduo relativamente aos factos. Assim sendo, não se pode considerar, de um modo cego e inflexível, a notícia como o mais puro relato e a mais certa das verdades. As informações transmitidas nas notícias devem ser analisadas e questionadas, e não simplesmente consumidas.

Os jornalistas têm como responsabilidade única difundir a verdade, servindo o interesse público, tendo de se caracterizar como um comunicador desinteressado, insurgindo-se contra a tirania e os abusos de poder. Quesnay refere que é a contínua divulgação das corrupções das chefias que evitam os abusos de poder (Quesnay, in Mattelart, 1994). Segundo Molotch e Lester (in Traquina, 2000, pp.41-42), “o grau de autonomia do campo jornalístico é um factor que distingue as ditaduras das democracias (...) o aprofundamento da democracia e a melhoria da comunicação política passa pelo aprofundamento da liberdade de imprensa”. A sociedade é dada a conhecer-se a si própria, e os indivíduos conhecem o meio que os envolve, sendo o debate mais fácil e propício.

No que respeita à estrutura interna, a notícia divide-se em dois elementos fundamentais, o *lead* e o corpo. O *lead* é o primeiro parágrafo da notícia, cuja finalidade é explicar em traços gerais o acontecimento, procurando captar a atenção do leitor. O corpo é o desenvolvimento do acontecimento, especificando o que o *lead* refere,

contextualizando-o e, se necessário for, fornecendo informação secundária (Fontcuberta, 1999).

O conceito de notícia faz-nos levantar a seguinte questão: será que qualquer acontecimento pode ser transformado em notícia, ou melhor, será que interessa transformar em notícia qualquer tipo de acontecimento? Para tentar responder a esta questão, precisamos de referir um outro conceito: a noticiabilidade. Este conceito pode ser definido “como o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que seleccionar as notícias” (Wolf, 1999, p.195). Será, desta forma, a capacidade/viabilidade que um acontecimento tem para ser transformado em notícia (Wolf, 1999).

O público, como já foi referido, necessita de notícias, mas na realidade deseja um certo tipo de notícias e não toda a variedade (Daltoé, 2003). Wolf (1999) afirma que os OCS têm um objectivo claro, que passa por relatar os acontecimentos significativos e que detenham maior interesse, socorrendo-se do referido conjunto de critérios que atestarão a noticiabilidade dos acontecimentos. Posto isto, podemos concluir que cada vez mais o conteúdo das notícias é decidido numa perspectiva de mercado, tentando ir ao encontro do que se pensa que o público deseja e vai consumir. Altheide (in Wolf, 1999) afirma que este processo é subjectivo e poderá criar desacordo, no entanto está sempre na dependência dos interesses dos OCS. Os critérios de relevância utilizados são flexíveis e variáveis, contudo dependem sempre do organismo responsável pela elaboração das notícias (Wolf, 1999).

Percebemos que com a escolha de notícias mais apetecíveis, em respeito aos critérios de relevância que tornam os acontecimentos noticiáveis, são deixadas de parte outras, daí Daltoé (2003) defender que a noticiabilidade constitui um elemento de distorção involuntário da cobertura informativa. Os acontecimentos que não adquirem estatuto de notícia não farão parte da informação transmitida ao público através da comunicação de massa, ficando na sombra, o que a longo prazo poderá levar ao desaparecimento de ideias e esquecimento de acontecimentos.

Ficou esclarecida a questão da noticiabilidade relativamente à transformação dos acontecimentos em notícias, mas agora salientaremos em concreto o que torna os acontecimentos suficientemente interessantes, o que é preciso ter na sua composição para serem noticiáveis, entrando em linha de conta um importante componente da noticiabilidade, os valores-notícia. Este conceito pode ser comparado ao senso comum

das redacções, ou seja, as características que se sabe à partida que um acontecimento precisa de ter para ser notícia. Percebemos assim que os valores-notícia são as qualidades dos acontecimentos, cuja presença ou ausência dita a sua inclusão no produto informativo (Golding & Elliott, 1979). Naturalmente, estas qualidades são mutáveis e dinâmicas ao longo do tempo, pois o que se enfatiza hoje poderá deixar de ser interessante amanhã. Podemos afirmar que os valores-notícia são critérios de relevância espalhados ao longo de todo o processo de produção jornalística, que permitem a selecção de acontecimentos noticiáveis. Estes critérios surgem pelo facto de os jornalistas, face ao enorme fluxo informativo, não poderem analisar caso a caso cada acontecimento, e não poderem estar constantemente a criar novos critérios, pois o trabalho não seria exequível. Para tal houve necessidade de rotinizar a tarefa de escolha criando critérios fáceis e rapidamente aplicáveis, de forma que as escolhas sejam feitas sem demasiada reflexão (Wolf, 1999). Existem dois tipos de valores-notícia, os de selecção e os de construção. Os valores-notícia de selecção referem-se aos critérios utilizados pelos jornalistas na decisão de escolher um acontecimento para transformar em notícia, em detrimento de outro, e são compostos por dois subgrupos de critérios: os substantivos que respeitam à avaliação em concreto dos acontecimentos em termos do seu interesse e relevância como notícia, sendo compostos pela notoriedade, a proximidade, a relevância, a novidade, o tempo, a notabilidade (subdividido em quantidade, inversão, insólito e excesso), o inesperado, o conflito e o escândalo; e os critérios contextuais que dizem respeito ao processo de produção da notícia, sendo eles a disponibilidade, o equilíbrio, a viabilidade e a concorrência (Traquina, 2002). Os valores notícia de construção são qualidades que funcionam como linha orientadora demonstrando o que se deve realçar e omitir na construção da notícia, podendo ser de simplificação, amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância (Traquina, 2002).

5. Agências noticiosas: a Lusa

Uma agência de notícias, segundo definição da UNESCO (1953) é:

Uma empresa que tem por principal finalidade, qualquer que seja a sua forma jurídica, procurar notícias e, de um modo geral, documentos de actualidade que tenham exclusivamente como objectivos a expressão ou a

representação dos factos e a sua distribuição a um conjunto de empresas de informação e, excepcionalmente, a particulares, procurando garantir, contra pagamento de uma avença e nas condições conformes às leis e práticas comerciais, um serviço de informação tão completo e imparcial quanto possível.

(p. 6)

Posto isto, compreendemos que estas agências são empresas grossistas, que negoceiam informação e documentos considerados interessantes, com empresas que posteriormente fazem chegar essa informação ao público (Santos, 2007). É por elas que é dado o primeiro impulso, ou como Golding e Elliot (1979) afirmaram, são a primeira campanha de alarme para as redacções, e assim sendo, estamos perante o primeiro filtro de escolha de matérias dignas de serem transformadas em notícia, daí a importância de aprofundar o nosso conhecimento sobre este importante participante no processo comunicacional. Releva ainda salientar que, face ao acesso às agências, estas se encontram na base das notícias transmitidas ao público, daí as suas escolhas terem forte impacto e condicionarem o que é difundido pelos OCS (Wolf, 1999). O surgimento das agências noticiosas prendesse com motivos não só económicos mas também técnicos, sendo que o recurso a elas permitiram que os OCS menos poderosos sobrevivessem (vd. Anexo 8).

Teremos de fazer menção ao modo como são escolhidas as agências, pois existem várias e necessitamos de compreender o porquê da utilização de umas em detrimento de outras. Esta escolha tem por base a confiança depositada em cada agência, isto é, a imagem e o bom nome da agência. Inicialmente poderá ser uma confiança relativa, mas com o uso contínuo poderá ser consolidada, ou então escolhida uma outra. Uma vez consolidada a confiança, os acontecimentos que a agência escolhe são distribuídos e considerados fidedignos (Wolf, 1999). Processa-se, assim, a multiplicação da informação obtida pelas agências, o que nos leva a pensar no impacto que um erro poderá ter, pois a informação é ampliada exponencialmente (Cascais, 1999).

Em suma, percebemos a tamanha importância das agências de notícias, que nos permitem ter acesso a informação que está “distante”, e mais que isso permitem a sobrevivência dos meios que distribuem informação pelo público, que sem elas não teriam condições para subsistir, pois como vimos seria imensamente dispendioso ter jornalistas ou funcionários espalhados pelo globo, tornando assim pouco rentável este negócio. Por outro lado, e pegando na expressão que acabámos de empregar, a

rentabilidade do negócio pode também viciar o processo de informação, uma vez que, e abarcando a questão dos diversos filtros pelos quais a informação tem de passar até se tornar em notícia, este é o primeiro dos filtros onde depois os OCS irão “beber” a informação. Se, inicialmente, existir a noção deturpada do que deve constituir notícia, procurando a informação que mais facilmente é “vendida”, menosprezando aquela que se revela menos interessante e apetecível, é descartada imediatamente uma imensidão de informação, que nunca (ou dificilmente) chegará ao conhecimento da audiência. É aqui que tem início o processo de comunicação e é também aqui que começa o enviesamento, pois, por maior que seja a capacidade de recolha e de partilha de informação e a imparcialidade neste processo, é impossível abranger tudo. Se aceitarmos e entendermos todo este processo como sendo um negócio, facilmente concluímos que a informação tenderá a ser uniforme nos diversos OCS que se baseiam nas agências para obter informação.

As agências de notícias chegam a Portugal com mais de um século de atraso, relativamente ao surgimento da primeira agência, sendo a primeira a Lusitânia, fundada em 1944. Este facto deve-se ao atraso global de Portugal face à Europa, em vários níveis, não existindo um mercado noticioso propriamente dito, algo compreensível tendo em conta o condicionamento político inerente a uma ditadura. Actualmente a agência de notícias responsável pela disseminação da maioria da informação aos OCS é a Lusa. Esta agência foi fundada em 1987 sendo uma cooperativa de interesse público que tem como características a clareza, imparcialidade, serviço de agência, escrita viva e rigorosa, comentários (lusa pode divulgar comentários, indicando claramente a fonte) e a neutralidade (Santos, 2007). A Lusa tem a função de prestar serviço público, mediante acordo celebrado com o Estado, procurando satisfazer o interesse público (Livro de Estilo da Lusa, 2011). Este contrato impõe regras específicas que têm de ser cumpridas, sendo relevante salientar que diariamente tem de ser produzido e divulgado texto (300 a 400 notícias), fotografia (30 a 50 imagens), áudio (10 a 20 registos) e vídeo (cinco a 10 registos). Apesar de o Estado deter a maioria do capital da agência afasta-se qualquer possibilidade de controlo da actividade informativa, sendo a interferência do Estado justificada pelo interesse nacional e colectivo na existência deste serviço, sendo que o capital remanescente pertence a privados. Toda a comunicação social numa sociedade democrática e livre, deve funcionar como espaço à consciência colectiva

crítica, sempre atenta a possíveis excessos do poder, denunciando-os e alertando a sociedade, em prol da mesma (Santos, 2007).

O objectivo, como já percebemos, é distribuir informação noticiosa que, posteriormente, chegará ao público. Assim todo o território nacional dispõe de informação, não só do nosso país como também do espaço internacional, permitindo ao público estar ciente do que se passa no meio envolvente, incitando ao pensamento, ao diálogo e ao debate. Temos desta forma acesso a informação distante geograficamente, que por esta via nos chega. “Actualmente, a Lusa é a maior agência noticiosa de língua portuguesa e a placa giratória de informação por excelência sobre e para os países lusófonos e as comunidades portuguesas no estrangeiro” (Santos, 2007, p.220). Podemos afirmar que a Lusa se trata da janela portuguesa para o mundo, ou como é dito no livro de Santos (2007, p.224) “a Lusa é o mundo em português”, sendo de todo o interesse o seu estudo para a temática em apreço, daí o nosso trabalho incidir sobre as notícias publicadas por esta agência.

6. Polícia

Um estado de direito democrático exige que exista uma ordem social geral, isto é, um conjunto de regras e normas que viabilizam a vivência em sociedade. Para o estabelecimento e manutenção da ordem colaboram várias instituições, sendo uma delas a Polícia. Numa linguagem corrente a palavra polícia (no masculino) tem o significado de agente de autoridade, isto é, um certo indivíduo que desenvolve funções de segurança, usando um uniforme e uma arma. Quando o mesmo vocábulo é utilizado no feminino refere-se a corporações que desenvolvem actividades de segurança, ou seja, serviços da administração pública com funções de natureza policial. No entanto o vocábulo Polícia é frequentemente utilizado, não para designar os agentes de autoridade nem os serviços de Polícia, mas sim as actividades desenvolvidas por ambos, com a finalidade de garantir a tranquilidade e a segurança pública, condições necessárias ao pleno exercício dos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos (Raposo, 2006). Juridicamente a Polícia pode caracterizar-se como a instituição que desenvolve uma actividade preventiva “contra perigos individuais gerados por comportamentos individuais ou colectivos contra interesses públicos legalmente reconhecidos” (Dias, 2012, p.43). Nos termos do artigo 272º da Constituição, extraímos que a Polícia tem por

finalidade defender a legalidade democrática, garantir a segurança interna, garantir os direitos dos cidadãos e levar a cabo a prevenção de crimes.

Consideramos necessário contextualizar a polícia na sociedade, caracterizando-a e percebendo a sua importância nela e para ela. Parece-nos conveniente aludir à intervenção da Polícia no ambiente social, bem como a sua finalidade e necessidade.

As sociedades modernas regem-se por regras de conduta, que provêm não só de leis formais como também de leis morais. Assim, os elementos de certa sociedade cooperam entre si para alcançar o bem comum. Os que não o fazem terão de ser controlados em prol de um bem maior, o bem do todo. É aqui que entra a Polícia, enquanto autoridade responsável por assegurar o bem comum, através de meios moral e legalmente lícitos, lutando contra os indivíduos que queiram permanecer à margem dele (Clemente, 2000). Esta noção de bem comum pode ser dividida em três elementos fundamentais, sendo eles o respeito pelos direitos fundamentais das pessoas, a prosperidade e o bem-estar social, e a paz e segurança da sociedade em geral e dos seus elementos em particular. Concluimos desta forma que a Polícia terá de assegurar por meios legítimos a segurança da sociedade em geral, atentando aos seus membros em especial (Clemente, 2000). Sentimos necessidade de frisar que os indivíduos que vão contra o bem comum e prejudicam os restantes não são aniquilados pela autoridade do Estado e pela força da Polícia. Estes indivíduos mantêm os seus direitos e a sua dignidade, sendo que a intervenção estatal e policial visa uma mudança na conduta destes elementos, almejando que encontrem o caminho dos restantes em direcção ao bem geral, de todos e de cada um (Clemente, 2000).

Algo importante a referir relativamente à Polícia e à sua necessidade social é o facto de “o ser humano viver em busca da satisfação das suas necessidades reais” (Clemente, 2000, p.57). Uma destas necessidades é a de segurança, que permite que cada indivíduo atinja as demais e usufrua em pleno do que a vida em sociedade lhe pode proporcionar. Compreendemos que a satisfação da necessidade de segurança não pode ser alcançada somente através de esforços individuais, mas sim pela conjugação deste esforço por todos os cidadãos. Como referido anteriormente, existem elementos com comportamentos desviantes, daí a necessidade de existência de Polícia, que garante, juntamente com a maioria dos indivíduos pertencentes a uma sociedade, a segurança de todos. Mesmo relativamente a actos lícitos mas pouco cívicos, e que causem alarme social, a Polícia pode e deve intervir, uma vez que estes actos promovem o sentimento

de insegurança, usando do seu poder discricionário para solução das questões levantadas. A Polícia demonstra, desta forma, um papel activo na luta contra comportamentos desviantes, mas mais do que isso, contra o sentimento geral de insegurança. Esta discricionariedade pode também funcionar como reconhecimento social de justiça, não no âmbito criminal, onde a discricionariedade é inexistente, mas em questões não típicas, onde impera o bom senso, aparecendo a Polícia como parte não interessada e imparcial, defendendo somente o que lhe parece justo, sendo que os intervenientes e terceiros lhe reconhecem este valor, o da justiça. Como refere Klockars (1985) a Polícia intervém em situações inopinadas, regulando da melhor forma possível as relações sociais dos indivíduos, sempre com vista ao seu bem-estar. O autor utiliza o exemplo de um desentendimento entre vizinhos relativamente a uma árvore de frutos, onde a intervenção da Polícia passa por garantir a satisfação de ambos e não o prejuízo de uma das partes.

Posto isto, compreendemos a finalidade da Polícia. No entanto, para obtermos uma definição correcta de Polícia não podemos atentar meramente aos seus fins, teremos de analisar também o seu papel ao nível da intervenção no ambiente social, ou seja, os meios que utiliza na prossecução dos referidos fins. Algo comum à Polícia, em geral e em qualquer parte do mundo, é o uso da força coerciva, que possibilita levar as pessoas a tomar certas atitudes que tenderiam a não adoptar, sem a sua interferência. Este uso da força está legitimado pelo Estado, que atribui o direito legal à Polícia de a exercer, mediante situações que o justifiquem, e com o objectivo de contribuir para o bem geral e para a paz pública. Sendo esta atribuição dada pelo Estado, concluímos que ela servirá para os seus limites, logo, segundo Klockars (1985), a Polícia pode ser definida como a instituição à qual o Estado confere o direito geral de utilizar a força coerciva, dentro do seu território. Há situações no nosso quotidiano que requerem, necessariamente, o uso da força, ou melhor, requerem que exista a possibilidade desse uso. Isto é, existem casos no nosso dia-a-dia que geram conflitos entre pessoas, no entanto, viveríamos num autêntico caos se cada indivíduo tivesse a capacidade de usar da força sobre os restantes. Voltaria a imperar a lei do mais forte, esquecendo o contrato social estabelecido desde há muito. Assim, evitando guerras particulares diárias existe a Polícia, instituição responsável por dirimir os conflitos existentes, munida da possibilidade de recurso à força caso seja necessário. Esta possibilidade acaba por diminuir o uso efectivo da força, pois os indivíduos, mediante a hipótese de serem

coagidos fisicamente, tendem a obedecer/colaborar com as directrizes policiais (Klockars, 1985).

A extinção do crime não passa de um sonho, pois este nunca irá desaparecer. Mesmo tendo esta certeza, não quer dizer que estejamos condenados ao sentimento de insegurança, pois estamos também certos da capacidade permanente de fazer frente ao crime. Em suma, o crime existe e não pode ser apagado, no entanto a Polícia luta constantemente contra estes actos, sendo que acaba por ser necessário o crime para existir o seu combate, e é deste confronto que resulta o sentimento de protecção de uma sociedade, que constata que não é possível actuar ilicitamente sem qualquer tipo de consequência, uma vez que existe a Polícia (Clemente, 2000). Concluimos que vivemos numa sociedade de risco, onde os esforços policiais terão de ir no sentido de prevenir ou, posteriormente, reprimir este tipo de acções lesivas para o todo (Clemente, 2000).

Apesar desta preocupação com os factores externos ao indivíduo, não são somente estes que o preocupam. Cada elemento procura protecção de si próprio. Exemplifiquemos esta questão para seu melhor entendimento. Relativamente às questões rodoviárias, o cidadão sabe que existe a possibilidade de intervenção da Polícia contra si, mas para o seu bem, ou seja, se a Polícia “multa” um cidadão por não utilizar cinto de segurança, não o faz para o prejudicar economicamente, mas sim para o educar futuramente, fazendo com que o utilize, pois em caso de acidente este mecanismo de segurança pode fazer a diferença entre a vida e a morte. Não podemos negar que a Polícia participa na protecção do próprio indivíduo perante si mesmo (Clemente, 2000). Um outro exemplo, que consideramos plausível, é a certeza que, relativamente a um acto de desespero de um cidadão que tenta por termo à vida, a Polícia irá intervir para salvaguarda deste elemento, protegendo-o num momento mais frágil e difícil, e inibindo-o de tomar tal atitude (Clemente, 2000).

A Polícia existe para servir o cidadão, sendo que nesta missão acaba por o defendê-lo dos restantes mas também de si próprio, tendo como instrumento laboral, que o distingue dos restantes, a possibilidade de recorrer à força coerciva. Esta instituição serve como garante da vida regrada e harmoniosa em sociedade, para que da mesma se frua.

6.1. Posicionamento e intervenção policial em grandes eventos de cariz político

Perante a definição de Polícia que transmitimos, cabe a ela uma participação activa na ordenação social. Facilmente compreendemos que a ordem estabelecida não é estanque, sofre variações, sendo por vezes necessária a sua reposição. Neste âmbito, a Polícia participa na manutenção e reposição da ordem pública, garantindo a paz social. A necessidade de segurança, na vertente de ordem pública, ganha mais relevo face à instabilidade sociopolítica e económica que o país atravessa (Clemente, 2000). Todos estamos cientes dos momentos difíceis que se têm vivido nos últimos anos, e reconhecemos que representam um factor potenciador de atitudes menos ponderadas e susceptíveis de lesar outros elementos da sociedade, e mesmo toda a ordem social estabelecida. As manifestações e acções de protesto tornaram-se comuns e habituais, constituindo uma nova realidade social e, consequentemente, policial, merecedora de atenção. Focando-nos na organização policial, a PSP, reconhecemos-lhe a qualidade de polícia de ordem pública, não no sentido de servir como um mero instrumento da força opressiva do Estado, mas antes como garantia da segurança dos cidadãos (Clemente, 2000). Nas palavras de Clemente (2000, p.71), a actuação da PSP contribui como “um factor de estabilidade, coesão, protecção e progresso da colectividade”. Ainda segundo o autor, “todo o poder político detém o seu próprio braço armado e procura assegurar o monopólio da força coerciva, consequentemente, não há nenhum país sem força pública, ou melhor, sem polícia de ordem pública” (Clemente, 2000, p.71).

Uma vez que é incumbência da Polícia a manutenção e reposição da ordem pública, teremos de analisar a sua relação e envolvimento neste processo, sendo este o enfoque no nosso trabalho: a actuação da Polícia em grandes eventos de cariz político. Em primeiro lugar teremos de definir o que se entende por grande evento. Segundo o *International Permanent Observatory on Security during Major Events* (2007) um grande evento trata-se de um acontecimento que se prevê que se caracterize por uma, ou mais das seguintes condições: notoriedade/significado histórico ou político; larga cobertura mediática (nacional ou internacional); participação de um elevado número de pessoas; participação de pessoas estrangeiras; participação de personalidades ou pessoas VIP. Posto isto, e relacionando com os grandes eventos por nós seleccionados serem de

cariz político, compreendemos que centramos a nossa atenção em manifestações, relativas a contestações sociopolíticas, onde a Polícia tem intervenção directa.

Que tipo de interacção é estabelecida entre os manifestantes e a Polícia? Antes disso, que explicações existem para os comportamentos dos grupos manifestante? Como deve a Polícia lidar com este fenómeno? Para podermos responder a estas questões teremos de começar por analisar os comportamentos dos grupos. Os primeiros estudos nesta área foram feitos por Le Bon, entre 1960 e 1985, com a teoria clássica da multidão. Ele defendia que as pessoas inseridas em grandes grupos perdiam a sua racionalidade e comportavam-se de um modo destrutivo. Esta ideia acabou por fundar outra teoria a teoria da desindividualização (vd. Hylander & Guvå, 2010), que foi severamente criticada por não reconhecer os objectivos políticos por trás dos protestos e por se focar somente nos manifestantes e nunca no seu alvo/objectivo, nem no lado da Polícia e no que ela procurava defender (Le Bon, in Hylander & Guvå, 2010). Por estas razões as teorias psicológicas e sócio-psicológicas foram postas de parte e as teorias sociológicas e políticas passaram a dominar. No entanto defendiam que em circunstâncias iguais as pessoas agiriam da mesma forma e não conseguiam explorar diferenças entre grupos nem entre indivíduos. Nas últimas décadas as teorias sócio-psicológicas reentraram em cena, explicando o que acontece no seu seio dos grandes grupos e entre grupos. Contrastando a posição de Le Bon é considerado que o contexto tem uma grande influência no decurso dos eventos (Hylander & Guvå, 2010).

Tajfel (in Hylander & Guvå, 2010) demonstrou que se uma pessoa pertence a determinado grupo, tenderá a comportar-se de acordo com este. Esta ideia levou à teoria de identidade social que visa explicar o modo como nos relacionamos com outros, com base na nossa identidade social, tendo em conta as categorias sociais a que pertencemos. Turner (in Hylander & Guvå, 2010) desenvolveu mais o conceito de identidade social com a teoria da auto-categorização, que explica os processos dentro do grupo e também entre grupos. As diferenças entre o *in-group* e o *out-group* levam à auto-categorização. A teoria da auto-categorização respeita ao modo como as pessoas se percebem como membros de um grupo e como percebem os outros grupos e os seus membros.

Nos últimos anos, na Inglaterra e na Escócia, foram realizados diversos estudos de campo que permitiram criar o modelo de identidade social elaborada (ESIM) para explicar a evolução dos eventos de grandes grupos. O ponto de partida deste modelo passa por considerar os eventos das multidões como um fenómeno entre grupos. Em

contraste com Le Bon, o ESIM “não pensa que as pessoas perdem a sua identidade e se tornam parte da multidão violenta e imprevisível. Em vez disso sugerem que as pessoas que compõem uma multidão mudam da identidade individual para a identidade social” (Hylander & Guvå, 2010, p.27). Este modelo defende que a identidade do grupo é volátil podendo alterar-se mediante mudanças no contexto, sendo que este é criado por outros grupos, que desta forma “reagem de acordo com o modo como interpretam as acções do outro grupo, e não perante as acções reais” (Hylander & Guvå, 2010, p.27). Nos eventos em que se percepção a violência o que acontece é que um grupo se sente provocado pelas acções do outro e procura defender-se agindo de modo hostil para contra ele, sempre como um todo. O grupo que recebe hostilidade procura por sua vez defender-se e assim a violência aumenta, com o efeito bola de neve.

Percebe-se assim, a tensão que se vive entre estes dois grupos com identidade social própria, a Polícia e os manifestantes. Por um lado a Polícia percepção os manifestantes como violentos e, pelo outro os manifestantes caracterizam como violenta a Polícia. Os elementos do *in-group* não compreendem o modo de agir e de estar dos elementos do *out-group* potenciando o conflito. Esta percepção acaba por ser anterior ao evento em si, quer os manifestantes quer os polícias já interiorizaram que estão em lados distintos e que os seus objectivos são claramente diferentes. Mesmo durante o evento, se por exemplo ocorrer uma intervenção da Polícia percebida como ilegítima, fará com que exista um choque motivacional entre *in-group* e *out-group*.

6.2. A Polícia e os meios de comunicação social

Completando a informação referida no ponto anterior, o nosso trabalho não atenta somente à actuação policial em grandes eventos de cariz político. O tema centra a atenção no discurso noticioso que os *media* têm relativamente à actuação policial em grandes eventos de cariz político. Definido o conceito de Polícia e analisada a sua intervenção na ordem pública, analisaremos de seguida a relação com os *media* e o resultado obtido na opinião pública.

É sabido que a imagem percebida da Polícia tem um impacto directo no seu modo de actuar, uma vez que lida com a população e, assim sendo, a aceitação, ou não, por parte da mesma influencia o seu trabalho. Perceber o modo como se fala da actuação

policial e a perspectiva que é dada à população é vital para construir uma imagem policial, e consequentemente uma Polícia, consistente.

Na actualidade, toda a Polícia opera num ambiente muito diferente do passado, quer ao nível da informação quer da comunicação. Vivemos na era das informações 24/7, criando assim uma fluidez alucinante de informação (Greer & McLaughlin, 2010). Temos ainda a pluralização e profissionalização de várias fontes de notícias relacionadas com eventos policiais, com notícias potencialmente apetecíveis, que poderão não corresponder com a perspectiva oficial da força policial. Esta diversidade de versões, por vezes, retira credibilidade e autoridade à Polícia (Greer & McLaughlin, 2010).

À Polícia cabe vigiar, no entanto hoje em dia ela própria está sob constante vigilância. Toda a actuação policial se encontra sujeita a um elevado escrutínio público, algo que tendo em conta o enquadramento teórico elaborado se percebe, uma vez que as notícias relativas à actuação policial atraem as audiências, mais concretamente quando existem críticas. A Polícia é uma instituição dotada da possibilidade de usar a força, e quando o faz quer dizer que a paz social não se encontra dentro dos limites tidos como aceitáveis, representando algo de extraordinário para a população, logo representa um bom negócio para os *media*. Os pontos de interesse relativamente à actuação policial são os exageros policiais, os erros cometidos, as falhas de planeamento, ou seja tudo o que seja valores-notícia negatividade. Cria-se então um enquadramento em relação à Polícia e à actuação policial, explorando minuciosamente a vertente dos erros. Escusado será dizer que na agenda mediática é enfatizado o que de mau ocorre, através do *priming*, desprezando as boas práticas. Estas acções são desenvolvidas pelos OCS que, como reconhece Clemente (2000), são uma via de comunicação entre a Polícia e a opinião pública. Compreendemos que os *media* são co-responsáveis pela construção da imagem da Polícia na sociedade, e diariamente assistimos a autênticos julgamentos públicos (vd. Anexo 9) da sua actuação.

Hoje em dia, graças ao elevado e constante desenvolvimento tecnológico, facilmente algo que decorre neste preciso momento pode ser partilhado para todo mundo, à distância de um vídeo feito por um simples telemóvel. Isto leva a uma disseminação extremamente rápida e exponencial da informação, que será vista, analisada e interpretada por muita gente. Com tais evoluções tecnológicas surgem novas fontes de notícias apetecíveis, sendo estas fontes dinâmicas e em tempo real, mudando

assim o modo tradicional como se vê a actividade da Polícia (Greer & McLaughlin, 2010).

Aliando o “jornalismo do cidadão” (vd. Anexo 10), ao interesse dos *media* em relação à actuação policial, gera-se um elevado manancial de informação, e os vídeos amadores acabam por coadjuvar os *media*, que apresentam considerável grau de credibilidade, na construção da imagem policial e, conseqüentemente, da entrada dessa imagem na opinião pública. Os elementos responsáveis da PSP devem estar cientes deste processo, para que na altura certa assumam o seu lugar na hierarquia de credibilidade, fazendo valer o seu testemunho e opinião.

Aos *media* compete a cobertura dos assuntos de interesse público, e no caso da actuação policial os OCS acabam por funcionar como garante da sua legalidade, estando atentos e prontos a denunciar abusos cometidos. Para Clemente (2000) a opinião pública acaba por funcionar como controlo informal da actividade policial. Apesar desta importante função, ela não deve ser deturpada em prol de obtenção de audiências mediante notícias apetreceíveis.

7. Formulação do problema

Uma vez explanada a vertente teórica do trabalho, que permite compreender e analisar de uma forma mais correcta e conceptualmente apurada os assuntos em causa, passamos à formulação do nosso problema de investigação. Iremos analisar notícias difundidas pela agência noticiosa portuguesa, a Lusa, procurando perceber e caracterizar o discurso jornalístico adoptado relativamente à actuação policial durante o ano civil de 2013, no que respeita a grandes eventos políticos.

A importância de caracterizar o discurso noticioso prende-se com o facto de os *media* serem o fio condutor entre os eventos que acontecem no mundo real, e a construção feita pelos indivíduos sobre eles (McQuail, 2003; Traquina, 2000; Wolf, 1999). Os OCS são a janela para o que se passa no exterior. A função dos *media* apresenta duas abordagens possíveis, e na nossa opinião cumulativas. Por um lado é de enaltecer a sua actividade que divulga informação de interesse geral, denunciando casos e acontecimentos distantes, que de outro modo não se encontrariam ao nosso alcance nem chegariam à nossa esfera de conhecimento, funcionando como instrumento de defesa social perante injustiças (Clemente, 2000; Figueiras 2005; Mattelart, 1996). A

outra face desta moeda são os perigos inerentes à referida actividade, pois os *media* decidem o que abordam, e em favor de obter um maior nível de audiência podem descurar o seu papel social em prol de informações mais apelativas, que atraem a atenção de um maior número de pessoas. Perante esta atitude a definição da agenda mediática centra atenções em temáticas apelativas, que ao longo do tempo são coincidentes (Anastasio et al., 1999; Uscinski, 2009). Para além disso, o discurso adoptado não é totalmente imparcial e isento, podendo ser distorcido para aumentar o interesse no assunto, acontecendo esta distorção ao nível das informações mais enfatizadas relativamente a um assunto (*frames*) (Anastasio et al., 1999; Druckman, 2001).

Nesta fase estamos em condições de referir que não existem efeitos directos, ou seja, o público não segue cegamente o que é difundido pelos OCS, no entanto sabemos também que existe influência. Esta influência é indirecta e tende a reflectir-se a longo prazo, visto que se os assuntos debatidos e presentes na agenda mediática tendem a ser semelhantes, bem como as perspectivas que lhes são atribuídas. Por mais que se tente olvidar certo tipo de informação ela “persegue-nos”, chegando-nos não de forma completamente isenta, mas sim com um respectivo enquadramento (Druckman, 2001; Mendonça & Simões, 2012). As notícias mais extraordinárias ganham destaque e relevo, pois sabe-se que despertarão a atenção dos indivíduos, entrando, assim, na agenda mediática. No que concerne à actividade da Polícia, não podemos negar que existe um elevado potencial de espectacularidade de informação, devido ao âmbito do seu trabalho. Para além de lidar com problemas relacionados com a criminalidade, que apelam consideravelmente à atenção da plateia, a Polícia, na prossecução do seu importante papel social que é garantir a segurança, possui um instrumento que a distingue de outras instituições: a possibilidade de usar a força coerciva (Clemente, 2000; Klockars, 1985). Os radares dos OCS focam, assim, esta instituição, quer pelo seu trabalho quer pelo modo como o desempenham, estando sempre garantidas informações interessantes para o público, que atenta nelas, criando-se assim um escrutínio minucioso da actividade policial.

Entretanto, Portugal vive uma época de extrema instabilidade política, factor que contribui para a insatisfação de muitas pessoas, que não hesitam em sair à rua e reivindicar. As manifestações tornaram-se comuns, sendo utilizadas para expressar a opinião da massa em relação aos assuntos públicos. Estas acções representam uma clara

alteração de ordem pública, pois ter multidões em protesto nas ruas não se insere nas regras sociais do dia-a-dia, sendo um acto extraordinário. A Polícia entra neste processo para garantir a segurança de todos e o respeito pelas regras sociais e legais, preocupando-se em assegurar os direitos daqueles que se manifestam, e controlando esse manifesto para não colidir com os direitos do resto da comunidade (Clemente, 2000). A análise da actuação policial nestes eventos passou a ser uma constante nos OCS, muitas vezes mais aprofundada até que o evento em si.

Com o nosso trabalho procuramos, então, perceber que discurso é utilizado e que abordagens são feitas por parte dos *media* à actuação policial em grandes eventos de cariz político, para à luz do enquadramento teórico efectuado perceber que espécie de impacto se poderá obter no público, ou seja, que influência terão os *media* na imagem que o público vai criando sobre a Polícia. A imagem social percebida da polícia afecta a sua actuação em concreto, daí que se revele interessante este trabalho. Facilmente compreendemos que a actuação policial se encontra como que condicionada, tendo em conta a preocupação com a imagem que é transparecida. Cada vez mais se procura o diálogo, evitando ao máximo o uso da força, só recorrendo a esta em último caso e em situações que para além de legalmente legitimadas, sejam socialmente aceites pelo público.

O discurso jornalístico gera consequências na organização policial, levando a que esta se adapte e procure gerir da melhor forma a imagem que é transparecida em relação à sua actuação, para que não surjam críticas sociais às acções desenvolvidas legalmente.

Com este trabalho procurámos caracterizar o discurso da agência Lusa e perceber a visão e o tipo de informação que transmite sobre os policiamentos de grandes eventos, procurando auxiliar a elaboração de futuros planeamentos.

II. Método

1. Uma abordagem qualitativa

Como ensina Bardin (1977, p.115), “a abordagem quantitativa e a qualitativa, não têm o mesmo campo de acção”. A primeira, através de métodos estatísticos obtém dados descritivos. Esta análise é objectiva e exacta, sendo a observação bastante controlada. Podemos afirmar, em consonância com Bardin (1977), que apesar de rígida esta análise é bastante útil no processo de verificação de hipóteses. A segunda refere-se a um procedimento mais intuitivo, no entanto é também mais facilmente adaptável a novas hipóteses. Desta forma, percebemos que é uma abordagem ideal para a fase de lançamento de hipóteses.

Neste trabalho optámos por seguir uma abordagem qualitativa, usufruindo assim da possibilidade de realizar inferências que podem permitir a evolução para novas ideias, guiando o trabalho num sentido, sem nunca o restringir. Temos de referir que apesar da abordagem quantitativa ser mais rigorosa, não quer dizer que a qualitativa não tenha valor, simplesmente esta está mais disponível à mudança e não tão presa à frequência. O que caracteriza a análise qualitativa é o facto de as inferências serem fundadas na presença de um índice (tema, palavra, personagem, etc.) e não sobre a frequência da sua aparição (Bardin, 1977). Deslauriers (in Guerra, 2006) afirma que o método qualitativo se preocupa com o significado de certos acontecimentos sociais, e sendo um processo indutivo utiliza a lógica, podendo partir de situações concretas para algo mais abstracto, sem nunca perder o que caracteriza o fenómeno.

Uma abordagem qualitativa, como afirma Bardin (1977), permite que se analisem *corpus* de dimensões diminutas, sendo utilizadas as já referidas inferências para compreender os complexos processos sociais. Queremos fazer a ressalva que para o nosso trabalho esta questão não tem relevo pois o *corpus* não é diminuto, englobando o universo de elementos que desejamos analisar, não tendo nós sequer recorrido a uma amostra representativa. O estudo qualitativo fará com que seja possível analisar e interpretar o *corpus* referente a matéria não directamente mensurável.

Como já percebemos o nosso trabalho não lança hipóteses, tendo-se optado por formular questões de investigação, facto que acontece na maioria dos estudos qualitativos.

2. *Corpus*

Este trabalho versa sobre as notícias emanadas pela Agência Lusa, no ano civil de 2013, relativas à actuação policial em grandes eventos de cariz político. O *corpus* é o "conjunto dos documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos" (Bardin, 1995, p. 96). Como ensina Bardin (1995), revela-se necessária a obediência a certas regras para a constituição do *corpus*, sendo elas: a regra da exaustividade, que estipula que não se devem excluir, sem justificação, elementos que sejam aprovados pelos critérios de selecção; a regra da representatividade, que define que a amostra tem de possuir a capacidade de representar o universo inicial, de modo a ser rigorosa; a regra da homogeneidade, que implica a existência de similaridade entre os documentos escolhidos, obedecendo aos critérios de escolha e não apresentando demasiadas singularidades; a regra da pertinência, devendo os documentos escolhidos ser adequados para a prossecução dos objectivos da investigação. No caso presente, respeitou-se todas estas regras, devendo referir-se, quanto à regra da representatividade, que o *corpus* tomado para análise constitui-se de todas as notícias disponíveis (e que obedeceram aos critérios de selecção impostos), razão pela qual se pode afirmar que se trata do universo noticioso.

O *corpus* do trabalho é, pois, constituído por 75 notícias (vd. Anexo11) , todas difundidas pela Agência Lusa, relativas ao ano civil transacto (2013) e dizendo respeito à actuação policial em grandes eventos de cariz político, seleccionadas a partir da utilização dos descritores “manifestação”, “policiamento”, “polícia”, “protesto”, “PSP”, “rasca”, “troika”, “indignados” e “greve geral”. Estas notícias dizem respeito aos seguintes grandes eventos por nós seleccionados: "Manifestação professores (26 de Janeiro)", "Manifestação CGTP (16 de Fevereiro)", "Que se lixe a Troika – o povo é quem mais ordena (2 de Março)", "Manifestação dos professores antes dos exames (15 de Junho)", "Manifestação das Forças de Segurança (21 de Novembro)" e "CGTP - Greve Geral – Dia da Indignação (26 de Novembro)".

3. Instrumento: Análise de conteúdo

O instrumento utilizado para analisar as notícias foi a análise de conteúdo, que se afirma como um dos mais importantes métodos de investigação em ciências sociais (Pais, 2004), e que, segundo Bardin (1977) consiste num:

Conjunto de técnicas de análise das comunicações que visam obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (p.42)

Para Krippendorff (2004) é uma técnica de investigação que cria a possibilidade de realizar inferências a partir do texto, sendo sensível ao contexto social em que se insere. Por sua vez Weber (1990) considera que a análise de conteúdo possibilita que se criem indicadores quantitativos em relação a mensagens ou dados qualitativos. Percebe-se nestas definições uma clara preocupação em considerar o contexto social, institucional e cultural em que os textos são produzidos, possibilitando que a mensagem seja interpretada plena e correctamente, uma vez que se compreendem as motivações do emissor, bem como as condições de análise do receptor, que fazem parte de determinado contexto (Krippendorff, 2004; Weber, 1990).

Para Bardin (1977) a análise de conteúdo tem como finalidade satisfazer dois objectivos. Em primeiro lugar, procura ultrapassar a incerteza, ou seja, perceber se aquilo que um indivíduo percepçiona na mensagem está efectivamente presente, e se é perceptível não só por ele como pelos restantes, garantindo que a leitura feita é válida e generalizável. Em segundo lugar, há a preocupação com o enriquecimento da leitura, isto é, mais do que olhar rapidamente um texto, este é analisado pormenorizadamente de forma a observar pormenores que poderiam ser omissos por uma leitura menos atenta. Percebe-se, desta forma, o desejo de rigor e a vontade de ir além das aparências dos textos (Bardin, 1977).

Esta técnica pode ser aplicada a todas as formas de comunicação, e possui duas funções que podem coexistir, complementando-se, sendo elas a heurística e a administração de provas (Bardin, 1977). A função heurística enriquece a pesquisa exploratória, aumentando a propensão à descoberta de algo novo, enquanto a função de

administração de provas, permite afirmar ou infirmar afirmações, estabelecidas previamente sobre um assunto, com o apoio da análise sistemática. A primeira é uma análise de conteúdo “para ver o que dá”, enquanto a segunda é “para servir de prova” (Bardin, 1977, p. 30)

A análise de conteúdo é um método, que se encontra dependente das circunstâncias em que se aplica, não havendo um modelo único e estável, mas sim um conjunto de regras base. Daí que esta técnica se tenha de adequar ao domínio de aplicação do caso em concreto, encontrando-se em constante reinvenção (Bardin, 1977). Esta adequação e adaptação a cada caso da análise de conteúdo tornar-se-á tão mais complexa quanto mais elaborada for a comunicação sobre a qual versa.

Como se materializa a análise de conteúdo? Em primeiro lugar devem ser definidos os objectivos a alcançar pela utilização deste instrumento, identificando o quadro de referência. Deve ser feita, também, a escolha dos documentos a analisar, constituindo o *corpus*, recaindo sobre ele a análise propriamente dita. Findas estas etapas de “preparação” o primeiro passo será realizar uma “leitura flutuante” (Bardin, 1977), tomando consciência dos assuntos que os documentos abordam, para que posteriormente se possa efectuar a sua codificação, ou seja, transformar os dados do textos de modo a que o investigador consiga inferir sobre a comunicação em análise (Bardin, 1977). Por outras palavras, torna dados não mensuráveis, agregando-os e enumerando-os, em dados passíveis de análise e interpretação. A codificação permite a simplificação da realidade, reduzindo a sua complexidade sem lhe retirar o seu sentido, aliás codificar uma ideia é atribuir-lhe um significado específico (Vala, 1986). Os textos são divididos em segmentos, que se denominam unidades de registo (u.r.), representando a unidade básica, que por sua vez se inserem em categorias definidas (mas abertas a alterações), que as caracterizam (Bardin, 1977; Pais, 2004). As categorias são compostas por um termo chave que indica, de forma inequívoca, que tipo de u.r. nela se engloba, isto é, que tipo de indicadores devem estar presentes para que a u.r. se associe a determinada categoria e não a outra.

A finalidade deste instrumento é a realização de inferências, com o intuito de retirar conclusões, tratando a matéria-prima (documentos, fotografias, filmes, etc.) para alcançar uma descrição de características que irão permitir a interpretação do seu conteúdo (Bardin, 1977). Revela-se ideal para lidar com dados que não são gerados pela pesquisa, mas para material livre que se demonstre relevante para o estudo, não

obstruindo a informação (Pais, Felgueiras, Serra, Machado & Pereira, 2013). Tal como qualquer instrumento científico a análise de conteúdo requer certos procedimentos específicos para garantir a sua validade e replicabilidade, assegurando a qualidade da análise e, consequentemente, dos resultados obtidos (Pais, et al., 2013). Desta forma, a análise de conteúdo deve reger-se por critérios de fiabilidade e validade, presentes em todas as fases do processo, garantindo a qualidade dos resultados (Pais, et al., 2013). Relativamente ao critério da fiabilidade, este relaciona-se com o processo de codificação e consequentemente, também com o instrumento e com o próprio codificador (Pais, et al., 2013). Para que este critério seja garantido é necessário que, perante o mesmo texto, diferentes codificadores obtenham os mesmos resultados. Ao fragmentar o texto em u.r., os vários codificadores, isoladamente, devem codificá-las nas mesmas categorias. Garante-se, assim, a fiabilidade intercomunicador (Pais, et al., 2013). Uma outra exigência do critério de fidelidade é que o mesmo codificador deve analisar os textos em momentos distintos, garantindo que as opções que tomou num momento, correspondem às que tomou no outro, e desta forma é garantida a fiabilidade intra-codificador (Ghiglione & Matalon, 1997; Krippendorff, 2004; Vala, 1986). É ainda expectável que o codificador utiliza categorias claras, que não deixem espaço à ambiguidade, garantindo que exista estabilidade, e que facilmente se associe uma u.r. a determinada categoria (Ghiglione & Matalon, 1997; Krippendorff, 2004; Vala, 1986). O critério de fiabilidade garante que os dados em análise não são contaminados por outros exteriores, atribuindo atenção aos procedimentos seguidos, assegurando que são de confiança (Krippendorff, 2004).

No que respeita ao critério de validade, ele deve estar presente em todas as fases da análise de conteúdo, começando, desde logo, pela definição do *corpus* e terminando na análise da informação recolhida (Vala, 1986).

Segundo Ghiglione e Matalon (1997) Importa referir que este tipo de análise pode ser feita recorrendo-se a dois tipos de procedimentos: fechado ou aberto. O primeiro tem como base de sustentação um quadro teórico ou investigação realizada anteriormente, a partir da qual é possível definir o conjunto das categorias. O segundo tipo de procedimento, também conhecido como exploratório, não se baseia em qualquer grelha categorial, surgindo as categorias da análise que o investigador faz ao corpus, momento em que se depara com determinadas características que se evidenciam. Para Pais (2004) é possível a conciliação destas duas tipologias, criando o procedimento misto, que conta

com categorias pré-definidas, mas mantém uma atitude expectante em relação ao que pode surgir com a evolução do trabalho.

Neste trabalho optou-se pelo procedimento misto (Pais, 2004), uma vez que apesar de já existirem um quadro categorial definidos, foi deixado espaço à sua alteração e ao aparecimento de novas categorias, emergentes da análise do *corpus*.

4. Procedimento

O presente trabalho, como trabalho científico que é, deve ser replicável. Deste modo, iremos explanar os passos que foram seguidos para constituição do *corpus*, bem como para a análise de conteúdo.

Como já referimos, o *corpus* é constituído por 75 notícias emanadas pela Agência Lusa no decorrer do ano civil de 2013, com referência à actuação policial nos grandes eventos de cariz político. Cabe-nos agora explicar o procedimento tomado para obter os dados.

Começámos por aceder ao sítio da Internet da Lusa, onde, efectuando o *login* na "área de cliente", é permitida a consulta da base de dados desta agência. Uma vez dentro da "área de cliente", consultámos a base de dados da referida agência, acendo ao "Arquivo Texto", onde foi efectuada a pesquisa tida como pertinente, preenchendo os seguintes campos: "Data de"; "Data até"; "Palavras no Conteúdo"; "País" e "Idioma".

Nos campos relativos às datas foi inserido o período temporal de 01/01/2013 até 31/12/2013, no campo das palavras no conteúdo utilizámos nove descritores: "greve geral", "indignados", "manifestação", "polícia", "policiamento", "protesto", "PSP", "rasca", e "troika". No país foi escolhida a opção Portugal e no idioma o português.

Tendo em conta os referidos descritores foi feita, individualmente, a pesquisa, alterando unicamente o campo "Palavras no Conteúdo". Obteve-se os seguintes resultados: "greve geral" 700 notícias; "indignados" 165; "manifestação" 2511; "polícia" 5595; "policiamento" 352; "protesto" 3570; "PSP" 4264; "rasca" 19; "troika" 5254. Registámos, deste modo, um total de 22430 notícias.

Ultrapassada esta primeira fase foi necessário voltar a seleccionar de entre as notícias aquelas que respeitavam a seis eventos concretos por nós, previamente, seleccionado, com base na definição de grande evento, sendo eles: "Manifestação professores (26 de Janeiro)", "Manifestação CGTP (16 de Fevereiro)", "Que se lixe a

Troika – o povo é quem mais ordena (2 de Março)", "Manifestação dos professores antes dos exames (15 de Junho)", "Manifestação das Forças de Segurança (21 de Novembro)" e "CGTP - Greve Geral – Dia da Indignação (26 de Novembro)".

Após esta segunda selecção foi obtido o resultado de 386 notícias, sendo necessário neste momento realizar mais duas acções, primeiro seleccionar as notícias que fazem referência concreta à actuação policial e em segundo lugar garantir que não existe duplicação das notícias, eliminando as que possuísem igual número de identificação. Esta repetição de números de identificação resulta do facto de descritores diferentes poderem estar presentes na mesma notícia, ou seja, uma notícia pode ter no seu conteúdo os nove descritores utilizados, o que levaria a que fosse incluída nove vezes, visto que, como referido anteriormente, a pesquisa foi realizada individualmente para cada descritor.

Tendo em consideração todas estas nuances chegámos a um total de 75 notícias, constituindo assim o *corpus* do trabalho.

Uma vez definido o *corpus* procedemos à análise do seu conteúdo, sendo utilizadas as grelhas categoriais (vd. Anexo 12) estabelecidas na nossa linha de estudo, constituídas nos trabalhos de 2012. Estas grelhas foram adoptadas das investigações de Pereira (2012) e de Varela (2013). A utilização desta grelha de análise categorial perspectiva a repetição e frequência dos temas, inserindo-os nas categorias e subcategorias estabelecidas, para posterior análise como um todo (Bardin, 1977). No entanto, estivemos alerta para o aparecimento de novas características que justificassem a criação de novas categorias ou subcategorias, sendo que esta acção revela o emprego de um procedimento misto (Pais, 2014) de análise.

Uma vez concluídas as anteriores etapas procedemos à codificação das unidades de registo relativas às notícias que compõem o *corpus* (Bardin, 1977). Em relação à codificação realizada temos de salientar que foram levadas em conta as regras de fiabilidade e validade. Para assegurar estas regras, o processo de codificação contou com a participação de quatro Aspirantes a Oficial de Polícia, sendo que são todos juízes da codificação dos restantes, nas diversas fases, com o intuito de garantir fiabilidade inter-codificador. Participou também como juíza uma analista com larga experiência, sendo responsável pelo Laboratório de Grandes Eventos ao abrigo do qual foi realizado este trabalho.

De referir que tivemos ainda o cuidado de analisar mais que uma vez as notícias em momentos distintos, garantindo que as unidades de registos eram coincidentes, consistindo isto na verificação da fiabilidade intra-codificador.

A descrição detalhada que efectuámos tem o objectivo único de demonstrar a validade do nosso trabalho, mostrando sem margem para dúvidas tudo o que foi feito e possibilitando, assim, a réplica desta pesquisa (Pais, 2004).

Uma vez finalizada a codificação procedemos ao tratamento dos resultados obtidos, realizando uma análise estatística descritiva, permitindo a realização de inferências e interpretações dos nossos resultados (Ghiglione & Matalon, 1992).

III. Apresentação, análise e discussão dos resultados

1. Visão Geral

O presente trabalho versa sobre o universo de notícias, emanadas pela agência Lusa no ano civil transacto (2013), que respeitam à actuação policial em grandes eventos de cariz político. Uma vez que não seria exequível analisar todos os grandes eventos que ocorreram, foram seleccionados seis, de acordo com a definição de grande evento presente no *Manual for the International Coordination of Major Events Security Research in Europe* (2007). O *corpus* deste trabalho é composto por 75 notícias, cuja distribuição por evento passamos a apresentar. Ressalvamos que optámos por apresentar todos os resultados obtidos em formato percentual, facilitando a leitura e interpretação dos mesmos.

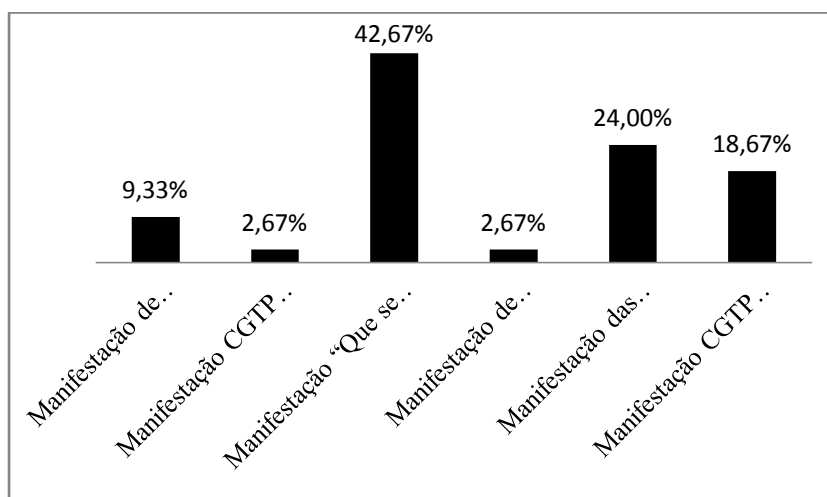


Figura 1. Distribuição em percentagem das notícias por evento.

Pela observação do gráfico concluímos que a Manifestação "Que se lixe a 'troika', o povo é quem mais ordena" de 2 de Março, é a que mais conteúdo noticioso suscitou. Este evento contou com participantes de várias áreas/grupos (Saúde, Educação, Desempregados, Aposentados), tendo decorrido em diversos locais (e.g. "o movimento convocou manifestações em mais de 40 cidades, em Portugal e no estrangeiro, vão aderir hoje às manifestações" – notícia 15813111). Note-se que, dada a dimensão

prevista do evento, houve uma preparação para o mesmo, existindo várias notícias no dia que o antecede, perspectivando o que iria acontecer. Consideramos que é feito um enquadramento prévio do evento, que poderá condicionar o seu desenlace efectivo (Mendonça & Simões, 2012).

Constatamos que o segundo lugar, ao nível do número de notícias, é ocupado pela manifestação das Forças e Serviços de Segurança. Esta manifestação pressupunha um elevado potencial noticioso, uma vez que é um evento propício a que estejam presentes valores-notícia como a notoriedade, relevância, conflito e escândalo. Este tema apresenta um elevado grau de noticiabilidade, logo, os *media* apostam no seu acompanhamento e discussão, dirigindo a atenção da audiência.

Salientamos também a Manifestação da CGTP de 26 de Novembro, que por ser posterior à manifestação das Forças e Serviços de Segurança mereceu destaque, sendo notório no discurso uma alusão e comparação entre eventos, voltando os temas já discutidos a ser debatidos, centrando neles a atenção do público. Desta forma a temática Forças e Serviços de Segurança manteve-se na agenda mediática e consequentemente na agenda do público.

Afigura-se, agora, importante apresentar os resultados obtidos na análise de conteúdo efectuada, respeitante às notícias que integram o *corpus* da pesquisa. Após a aplicação deste instrumento obtivemos um total de 2822 u.r., que, como apresentamos na figura seguinte, se distribuem pelas sete categorias que incorporam o quadro categorial utilizado.

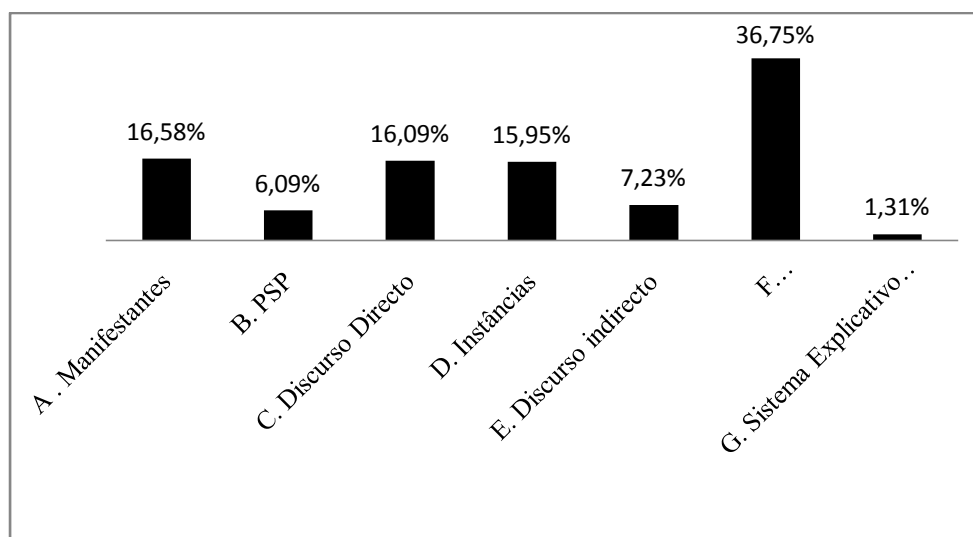


Figura 2. Distribuição em percentagem das u.r. por categoria.

A frequência em cada categoria, bem como nas subcategorias que engloba, serão analisadas nos pontos seguintes, onde nos preocupamos em, mais do que simplesmente apresentar os resultados, procurar relacionar os efeitos estudados no enquadramento teórico com os números obtidos na análise do discurso da agência Lusa. Apesar de aprofundarmos seguidamente as especificidades das categorias, chamamos, desde já, a atenção para o facto de mais de metade das u.r. (53,33 %) serem relativas aos manifestantes (A) e à manifestação (F). Denota-se a preocupação no discurso noticioso em enquadrar e descrever o evento, bem como quem nele intervém, o que se compreende pois a função das notícias é, indubitavelmente, relatar os factos que ocorrem. Consideramos ainda que, ao focar, preferencialmente, as acima referidas categorias, podem ser deixadas de parte questões de relevo associados ao evento.

Salientamos, ainda, que a categoria menos prevalente é a relativa ao sistema explicativo espontâneo (G = 1,31%), que demonstra que o discurso subjectivo e os juízos de valor são preteridos em favor da descrição factual dos acontecimentos.

Foi-nos permitido observar que existem notícias iguais, ou muito semelhantes, separadas por pequenos hiatos temporais. Este facto deve-se ao contrato de serviço público que a agência Lusa tem acordado com o Estado, tendo de cumprir certos mínimos ao nível do número de notícias. Mais do que notícias “duplicadas” verificámos que um número bastante elevado de notícias, mais especificamente respeitantes ao evento de 2 de Março, mesmo abordando assuntos diferentes relativos ao evento, terminam da mesma forma, tendo os últimos parágrafos exactamente iguais. Ambas as situações consubstanciam o processo de *priming*, sendo a audiência exposta sistematicamente ao mesmo tipo de informação, podendo levar à sua valoração e entrada na esfera de preocupações (Miller, 2007).

2. Origem/fontes de informação

Um ponto relevante para a análise do discurso jornalístico é a origem da informação, isto é, quais são as fontes que participam no processo de construção da informação jornalística. Para tal serão analisadas três categorias, a C (discurso directo), a D (instâncias), a E (discurso indirecto) e a G (sistema explicativo espontâneo). Um

ponto comum às quatro categorias é a preocupação notória em definir, claramente, quem defende que ideia.

Comecemos por ver quem fala, em discurso directo aos OCS (categoria C). O discurso directo (C = 15,72%), engloba todas as declarações proferidas por actores sociais de forma directa, procurando aceder a quem é que os OCS dão voz, é preferido ao discurso indirecto (E = 7,06%), que abarca as declarações proferidas por actores sociais de modo indirecto, ou seja, todas as declarações efectuadas pelos diversos atores através das palavras dos OCS.

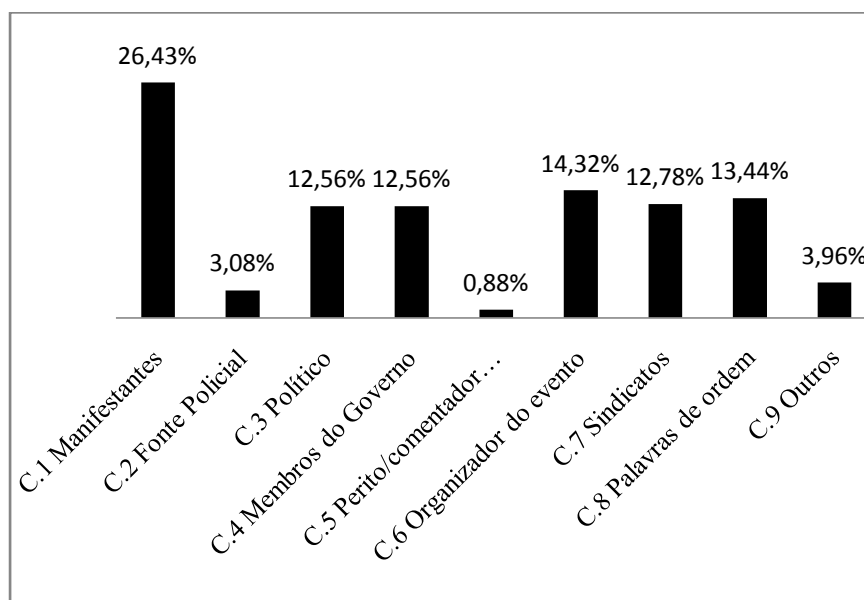


Figura 3. Distribuição em percentagem das u.r. na categoria Discurso Direto (C)

Esta preferência é provavelmente motivada pelo impacto que os relatos emocionantes na primeira pessoa poderão ter na audiência. É possível observar que a subcategoria com mais frequência é a que diz respeito aos manifestantes (C.1 = 26,43%). Pela leitura das notícias é perceptível uma tendência na escolha dos manifestantes ouvidos, sendo dada voz a grupos específicos como por exemplo desempregados, aposentados, famílias com agregados familiares numerosos, resultando discursos emocionantes na primeira pessoa. Como Anastasio et al. (1999) refere, os *media* ao recolherem opiniões em grupos com as mesmas ideias, ou problemas, ao invés de reportarem como o público em geral se sente em relação a um certo assunto, criam uma tendência para a valoração das posições do grupo, levando a que sejam tidas em conta, minimizando a motivação para considerar cuidadosamente a informação. Note-se

ainda a desproporcionalidade verificada entre o discurso directo dos manifestantes (C.1= 26,43%) e o da fonte policial (C.2 = 3,08%) ou de peritos (C.5 = 0,88%). É evidente o realce dado aos manifestantes, descurando análise feita por peritos instruídos e especializados, e a própria participação, ao nível de informação disponibilizada, da fonte policial no evento. Os dados obtidos demonstram que informação da polícia não está muito presente, suscitando a dúvida se de facto não existe ou se não é mencionada por opção. É procurado o espectacular, valores-notícia que o discurso dos manifestantes pode fornecer (e.g. "é preciso devolver o poder ao povo" – 15803245; "Andaremos todos a dormir?" – 15807646; "Por causa deles, há pessoas a morrer" – 15813760), contribuindo para o interesse da audiência.

Repare-se que 53,53% das u.r. nesta categoria dizem respeito a quem protesta, quer se insira nos manifestantes (C.1), nos organizadores do evento (C.6), nos Sindicatos (C.7). A perspectiva considerada é maioritariamente a dos manifestantes, sendo esse o enquadramento que é dado ao público, que se vê constantemente colocado nesse papel por via das notícias (e.g. "E se o povo não se mobiliza, parece-me que eles acabam com tudo" – 15814132; "estão a acabar com a dignidade dos cidadãos, conquistada desde o 25 de Abril" – 15814172). Esta vertente é amplamente explorada, o que nos leva a considerar que será mais vantajosa, ao nível de obtenção de audiência, por ser apelativa ao público. A função de *gatekeepers*, que os *media* desempenham, aparenta guiar-se pelo que é mais noticiável, em detrimento do que será mais importante e útil para o conhecimento público, podendo deixar espaço a lacunas.

Nas notícias de rescaldo dos eventos, ou seja, naquelas que são posteriores ao evento propriamente dito, é notório o recurso a indivíduos, que devido ao papel social que desempenham, são considerados líderes de opinião. Referimo-nos às subcategorias C.3 (político) e C.4 (Membros do Governo) que no seu conjunto apresentam uma prevalência de 25,12%, o que revela a preocupação de transparecer a análise política dos assuntos que, consoante a ideologia política, diverge (e.g. "a palavra do PSD é uma palavra de apelo à paz social" – 16959911; "deputados do PCP afirmam que é tempo de dar a palavra ao povo" - 15813543). Este debate público ao nível político poderá criar conflituosidade, daí o interesse mediático nestas opiniões. Existem também muitas u.r. na subcategoria que respeita aos membros do Governo (C.4) que dizem respeito ao Ministro da Administração Interna, o que se percebe pois é, em última instância, o

responsável pela actuação policial, tendo de a justificar ao público (e.g. “O que ontem sucedeu é, por isso mesmo, uma excepção” - 16962479).

Releva referir a subcategoria palavras de ordem (C.8 = 13,44%), sendo que esta é a terceira mais prevalente. O discurso noticioso faz referência às mensagens que os manifestantes enviam, quer por palavras de ordem (e.g. “Mobilidade especial para quem governa mal” – 15647519) quer pelos cartazes (e.g. "Prefiro cavalo na lasanha do que burros no Governo" – 15813522).

Os resultados obtidos relativamente à categoria E (discurso indirecto) são similares aos obtidos na categoria C (discurso directo), facto que fortalece a tendência em explorar determinadas vertentes, atribuindo menor importância a outras, o que poderá indiciar que existe *framing*. As subcategorias manifestantes (E.1), organizador do evento (E.7) e sindicato (E.8) representam 54,42% das u.r. da categoria E, em contraste com os 12,25% relativos às subcategorias fonte policial (E.2) e peritos (E.6), revelando o enfoque dado às questões, tal como se verificou na categoria discurso directo (C). Poderá, desta forma ocorrer o *framing*, sendo privilegiada a vertente dos manifestantes, em detrimento da fonte policial.

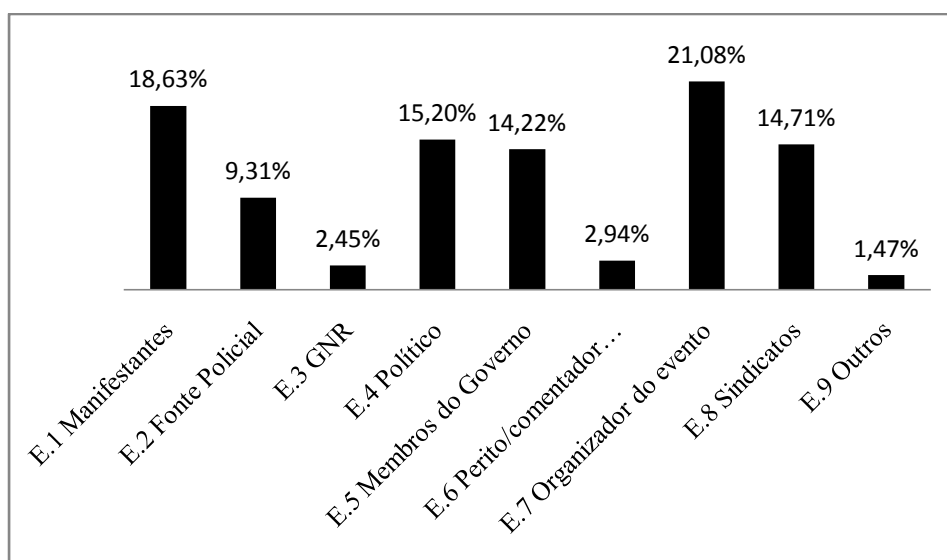


Figura 4. Distribuição em percentagem das u.r. na categoria Discurso Indirecto (E).

Consideramos relevante referir que, especificamente, no evento de 26 de Janeiro (Manifestação dos Professores), os acontecimentos (corte na A1 por incidente de trânsito que afectou o horário da manifestação) propiciaram que a actuação da GNR fosse analisada por diversos actores sociais, havendo posições contrárias (e.g. “A

FENPROF vai pedir explicações ao ministro da Administração Interna (MAI) sobre a actuação da GNR no desbloqueio dos autocarros de professores” – 15647667; “ASPIG repudiou hoje a forma como o secretário-geral da FENPROF se pronunciou sobre a actuação da GNR - 15647667). Aqui, o lado policial foi abordado pela conflitualidade que acarretava a sua actuação, no entanto as fontes da GNR para além de não serem referidas em discurso directo apresentam 2,45% de prevalência na categoria E, correspondendo a um total de 5 u.r., todas relativas ao supra referido evento.

Analisemos agora a categoria respeitante às Instâncias (D), onde se procura observar quais as instâncias mais referenciadas no discurso relativo à actividade policial em grandes eventos, isto é, quem se “intromete” no discurso noticioso. As instituições (D.5) representam a subcategoria mais prevalente com 64,44% das u.r. que compõem a categoria D. Analisando as u.r percebe-se que maioritariamente respeitam a sindicatos, associações profissionais, partidos políticos e instituições públicas (FENPROF, CGTP, CGTP-IN, PSD, PCP, BE, etc.). Este resultado facilmente se percebe, uma vez que os eventos escolhidos têm uma forte base sindical, que contribuem para a discussão política das questões, levando à referenciação de vários partidos. As instituições referidas (PSP, FMI, BCE, etc.) têm um relevante papel social, e em concreto nos grandes eventos, daí a sua elevada referenciação. Note-se que existe uma baixa frequência na subcategoria D.4 (Instâncias Judiciárias), apresentando a percentagem de 0,44%, valor que, comparando com os trabalhos anteriores, apresenta uma forte diminuição. O sistema judiciário não é tão referido no discurso noticioso, podendo este facto estar ligado com o maior ênfase dado ao evento, não atribuindo a mesma importância às suas consequências matérias.

A subcategoria D.3 não apresenta nenhuma u.r. uma vez que o discurso analisado se refere, já, a uma agência noticiosa, no entanto, dado que este trabalho se insere numa linha de investigação, a grelha categorial manteve-se, com o intuito de harmonizar os resultados obtidos e a sua análise.

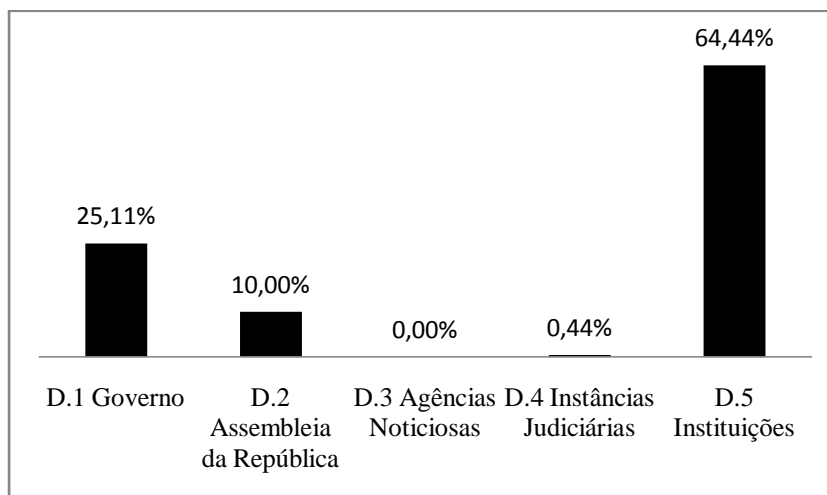


Figura 5. Distribuição em percentagem das u.r. na categoria Instâncias (D).

Para finalizar atentemos ao sistema explicativo espontâneo (categoria G), onde são registadas todas as referências feitas pela Lusa, de forma subjectiva, sobre actos ou actores que integram os eventos. A sua representação na totalidade das u.r é de 1,31%, facto que se compreende pelo discurso noticioso ser maioritariamente factual. Como se sabe o ideal seria o relato totalmente imparcial e desinteressado, no entanto é uma formulação utópica. Mesmo o Código Deontológico do Jornalista, no seu artigo 1º refere que o jornalista deve, para além de relatar os factos, “interpretá-los com honestidade”. Apesar de ser diminuto, o discurso subjectivo e os juízos de valor existem, como se pode verificar pela análise do gráfico, incide maioritariamente sobre os manifestantes (G.2), com a frequência de 45,95%. A frequência de 32,43% correspondente ao enquadramento/descrição do evento (G.3), demonstra a relevância atribuída ao evento em si, sendo que a subcategoria menos enfatizada é a relativa à actuação policial (G.1) com a percentagem de 21,62%. O facto desta última categoria ser a menos saliente pode dever-se ao facto de na manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro), as críticas relativas à polícia e à sua actuação serem implícitas, isto é, são criticados os manifestantes enquanto membros das Forças e Serviços de Segurança. É importante que a agência Lusa apresente um elevado grau de objectividade, uma vez que a informação por ela emanada é desmultiplicada pelos vários OCS, e um enviesamento inicial no discurso jornalístico pode apresentar discrepâncias elevadas à chegada ao público, contribuindo em larga escala para o estabelecimento de *frames*.

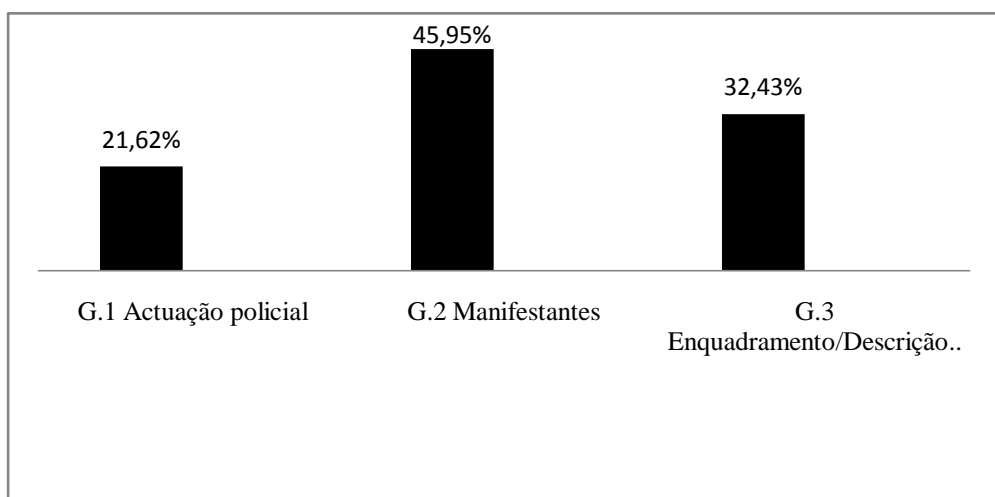


Figura 6. Distribuição em percentagem das u.r. na categoria Sistema Explicativo Espontâneo (G).

3. Os eventos

No presente ponto almejamos explicitar o modo como os grandes eventos de cariz político são noticiados pela agência Lusa, estudando a frequência da informação relativa aos eventos em concreto presentes nas notícias. Para facilitar esta análise observe-se a figura 7, que respeita à categoria F, Enquadramento/Descrição.

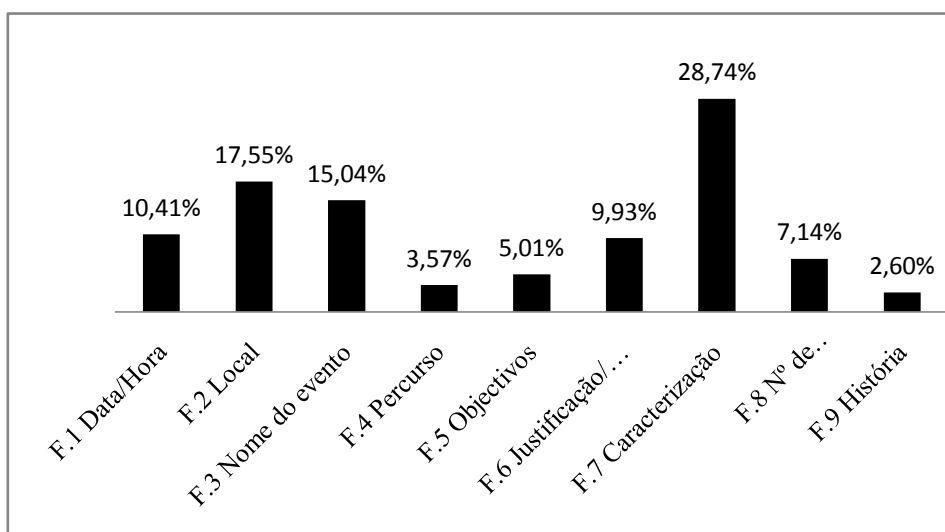


Figura 7. Distribuição em percentagem das u.r. na categoria Enquadramento/Descrição (F).

Devemos começar por referir que a informação que enquadra e descreve as manifestações (categoria F) é a mais prevalente ($F = 36,75\%$), o que indica as questões relacionadas com o evento merecem mais atenção. A caracterização do evento (F.7) é a subcategoria mais prevalente, sendo que nela se incluem todas as u.r. que reportem à descrição e organização do evento. A descrição dos eventos é fundamental para a reconstrução dos mesmos pelo receptor, que ao não ter testemunhado na primeira pessoa, ou por, obviamente, não ter capacidade para acompanhar tudo o que se desenrolou no evento, socorre-se destas informações para criar a sua opinião e situar-se perante o que ocorreu.

Salientamos o esforço claro que sobressai no discurso noticioso em relação à data/hora (F.1) e local (F.2), identificando claramente onde tudo ocorre e quando ocorre. Estas subcategorias têm uma frequência considerável, e verificam-se ao longo das notícias, dando uma ideia da dinâmica no evento. Contribuindo, também, para a ideia de dinamismo temos a subcategoria percurso (F.4), que nos demonstra toda a abrangência do evento, que não se cinge a um lugar em concreto, passando por diversos pontos até atingir o seu clímax. Consideramos igualmente interessante a frequência apresentado o nome do evento (F.3), que engloba expressões, palavras características e designações associadas ao evento, que permitem uma fácil ligação entre o que acontece e o movimento em que se insere (e.g. “Que se lixe a troika, o povo é quem mais ordena” - 15810739). Em diversas notícias é utilizada a expressão “Grândola, Vila Morena”, que como sabemos possui um sentido pré estabelecido que remete para ideias revolucionárias, que são apetecíveis para o público (Uscinski, 2009).

Complementarmente, funcionam os objectivos (F.5) e a justificação (F.6), fornecendo a ideia dos motivos que levaram à convocação do evento, bem como ao que este pretende alcançar. No entanto, verificamos que estes dois pontos, que claramente enquadram o evento, são muito menos frequentes do que os eventos em si. Percebe-se que se releva mais o que efectivamente caracterizou o evento, do que as razões que o motivaram ou o que este almejava. A Lusa acaba por não se prender muito com as respostas ao “porquê?” do evento, que permitiria uma contextualização completa, preferindo um discurso factual que caracteriza o aqui e agora (Fontcuberta, 1999). A “luta” pelas audiências pode justificar a maior prevalência obtida na caracterização do evento (F.7), comparativamente com os seus motivos e objectivos (F.5 e F.6). Um

enquadramento total, completo e justificado do evento pode retirar-lhe espectacularidade (Uscinski, 2009).

Um facto interessante, presente na subcategoria número de manifestantes (F.8), é a precisão em relação ao número efectivo ser contornado, utilizando e referindo as cidades que aderem ao movimento, sendo desta maneira criada uma ideia de grandeza do evento (e.g. “Mais de 40 cidades, em Portugal e no estrangeiro, vão aderir hoje às manifestações” - 15811373).

Entretanto, no presente trabalho foi adicionada a subcategoria história (F.9), que apesar de não ter uma elevada percentagem revela-se importante, pois deparamo-nos com uma remissão para eventos semelhantes do passado, comparando-os com eventos presentes, criando uma ideia do que se poderá esperar com base no que se verificou anteriormente. Na nossa opinião, este modo de enquadrar os eventos cria uma ideia de continuidade dos mesmos, isto é, começaram no passado e não cessaram. Para além disso, e comparando o número de notícias que compõe o *corpus* do trabalho (75) com os números apresentados pelos trabalhos anteriores (114 no ano de 2011; 221 no ano de 2012), escolhidas com os mesmos critérios, concluímos que existe uma notória diminuição global no número de notícias, logo, utilizando referências passadas o público é remetido para um clima já ultrapassado de diversos eventos, podendo ser levado, com base neste enquadramento, a estabelecer ligações falaciosas (e.g. “O último cerco ao parlamento, a 14 de Novembro, dia de greve geral, acabou em confrontos entre polícia e manifestantes” - 15811637). O modo como os indivíduos percebem as situações contribui para o seu posicionamento perante elas, influenciando a construção social dos eventos pelo público, o que consequentemente influencia o desenrolar dos próprios eventos (Mendonça & Simões, 2012).

4. Os participantes nos eventos: manifestantes e Polícia

Para uma caracterização completa do discurso adoptado pela agência Lusa atentemos aos resultados obtidos nas categorias A (manifestantes) e B (polícia).

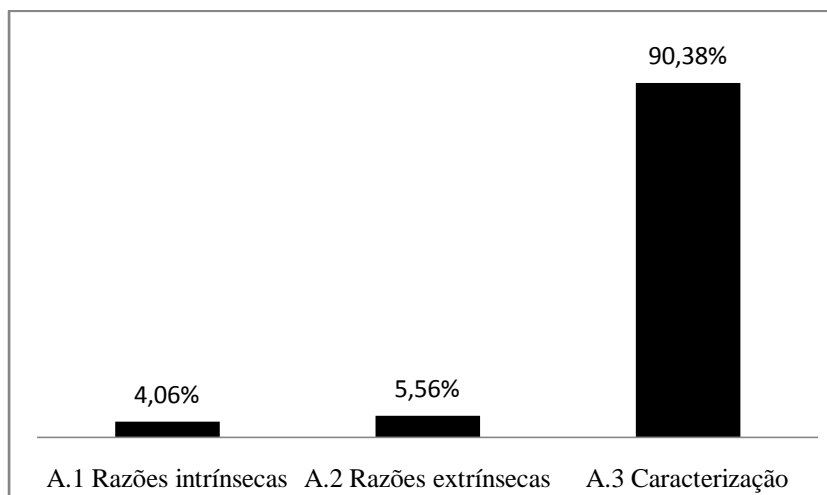


Figura 8. Distribuição em percentagem das u.r. na categoria Manifestantes (A)

No que respeita aos manifestantes constatamos que o aspecto que tem primazia no discurso noticioso da Lusa respeita à sua caracterização e participação no evento (A.3). Sendo a informação mais comum relativa à profissão que os manifestantes desempenham, ou área em que trabalham, a sua idade (e.g. “um reformado de Setúbal de 61 anos”- 15813526) e o modo como participam e se comportam no evento (e.g. “gritando algumas palavras de ordem” – 15814749). Por outro lado, as razões intrínsecas e extrínsecas (A.1 e A.2) surgem negligenciadas nas notícias. Estes dados poderão indicar que existe uma maior atenção relativamente às características e comportamentos dos manifestantes (A.3) do que propriamente com as razões (A.1 e A.2) que os motivam. As subcategorias A.1 e A.2 (razões intrínsecas e extrínsecas) contextualizam os manifestantes, demonstrando o que os leva a participar nos eventos, e a sua diminuta frequência poderá conduzir a uma falta de entendimento das suas acções por parte do público.

No que toca à informação sobre a PSP (B), verificamos que o discurso jornalístico se concentra, primordialmente, na descrição da actuação policial (B.5 – 51,74%), contrastando com a falta de referências às motivações para a actuação (B.4 – 6,40%) e o dispositivo (B.3 – 4,65%) utilizado, entenda-se, a tática adoptada para encarar o evento e disposição do efectivo policial no terreno. Assim, existe uma falta de contextualização da actuação policial, que ao não ser fundamentada poderá parecer descabida ou desproporcional, o que potencia a presença de valores-notícia como a notoriedade, notabilidade, conflito e escândalo. Consequentemente, o público irá criar uma imagem

distorcida da actuação policial, levando a que esta possa não ser legitimada pela audiência, o que afectará a imagem percebida da polícia. Outro ponto que revela considerável incidência por parte do discurso mediático é a informação relativa aos resultados/consequências da actuação policial (B.6), que apresentam uma percentagem de 14,53%. Demonstrando as consequências da actuação policial, o discurso noticioso da agência Lusa acaba por resumir o modo como decorreu o evento em si, se correu dentro da normalidade (e.g. “A PSP não registou hoje qualquer incidente durante a manifestação” – 15814696), ou se foi um evento problemático (e.g. “tendo já os tumultos provocado pelo menos um ferido” – 16957403).

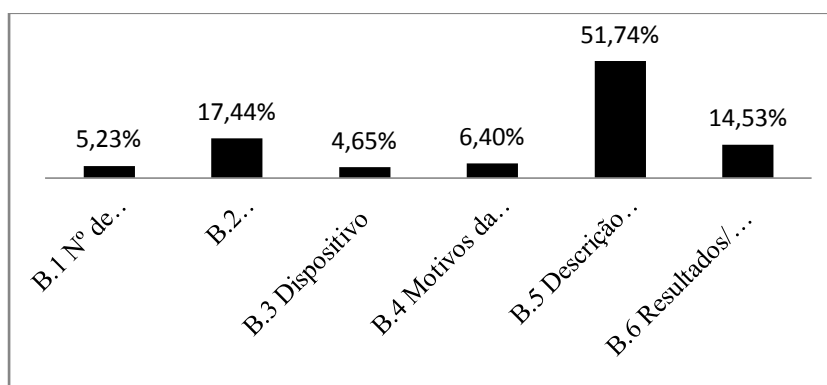


Figura 9. Distribuição em percentagem das u.r. na categoria PSP (B).

Importa também referir que 76,40% da informação sobre a actuação policial é proveniente de fonte policial não especificada (e.g. “PSP refere (...)” – 15809591; “a Polícia indica” – 15810131), algo que deveria ser colmatado, pois apesar de a organização PSP ser credível, transmitir a informação por um elemento com relevo na corporação aumentaria a sua fidedignidade, pois de outro modo corre-se o risco de a palavra da polícia, e consequentemente o seu lugar na hierarquia de credibilidade, ser tomada por outros, sob a indicação que a informação foi transmitida por “fonte policial”.

Muitas das notícias relativas à actuação policial (B.5) antecedem o evento, o que poderia permitir uma preparação e enquadramento por parte da polícia. No entanto o que se verifica é que a maioria desta informação se refere a questões de trânsito, nomeadamente avisos a locais onde existirá condicionamento. Não desconsideramos a relevância deste tipo de informação, mas mais uma vez observamos o desinteresse

jornalístico pelo enquadramento da actuação policial, bem como pelos seus preparativos (à parte das questões rodoviárias), sendo que as únicas menções feitas são que a “PSP refere que o efectivo policial para as manifestações de sábado vai ser o «adequado e necessário» para garantir a segurança” (15813081).

Em relação aos trabalhos anteriores, salientamos um aumento significativo na subcategoria B.2 (17,44%), que respeita às unidades/subunidades de origem dos elementos policiais que participam no evento. Este aumento de u.r. pode dever-se ao facto de a PSP poder estar mais predisposta a partilhar este tipo de informação, dando a conhecer a sua estrutura e a sua forma de actuação, que acaba por transparecer no discurso jornalístico (e.g. “a PSP vai ter no terreno a Unidade Especial de Polícia, através do Corpo de Intervenção” – 15809245).

Para terminar a análise sobre a caracterização da PSP nas notícias (B), desejamos referir que, em comparação com as outras categorias, é segunda menos frequente (6,09%), facto que à primeira vista poderia parecer estranho, até porque a manifestação das Forças e Serviços de Segurança era propícia a muitas u.r. deste tipo. No entanto, após leitura das notícias percebemos que as críticas que são feitas à polícia e à sua conduta versam sobre os elementos policiais em manifestação, criando uma crítica implícita à corporação, fornecendo um enquadramento que vincula os seus elementos (Mendonça & Simões, 2012). Um outro facto interessante é a evolução da referenciação do evento, passando de “manifestação das Forças e Serviços de Segurança” para “manifestação dos polícias”, contribuindo também para uma determinada perspectiva (*frame*), chegando a informação já trabalhada ao receptor, não sendo possível uma interpretação completamente livre.

IV. Conclusões

Uma vez terminado o nosso trabalho, importa salientar as conclusões que foram obtidas após a sua elaboração, tendo em conta o caminho percorrido, a forma como o percorremos e a chegada ao fim de mais uma etapa, mas não do caminho.

Os OCS desempenham, hodiernamente, um importante papel na nossa sociedade. Os *media* criam a realidade, isto é, espalham as suas representações do real, que pela partilha entre os elementos de uma sociedade se tornam em crenças colectivas (Durkheim, 1995). Face ao esforço mínimo que é necessário despende pelos indivíduos para obterem informação, que facilmente e sem preocupação lhes chega pelos OCS, cria-se um comodismo que leva à diminuição da procura do saber e da informação, e a um aumento da atitude expectante. Como consequência deste facto, o primeiro contacto que cada pessoa tem com certo tipo de informação acontece, maioritariamente, pelos *media*. Repare-se ainda que, mais do que simplesmente esperar que a informação lhes chegue, o público espera que ela venha já processada, tornando deste modo mais simples a construção mental das questões e, consequentemente, o seu posicionamento relativamente aos assuntos.

Na verdade, não parece humanamente possível que um indivíduo por si só tenha acesso pleno a toda a informação, nem que esteja a par dos acontecimentos geograficamente mais distantes, daí que os *media* tenham a responsabilidade de informar, disponibilizando os assuntos ao público. No entanto, surge aqui uma das questões abordadas no trabalho que é o *gatekeeping*. Apesar de os *media* terem o dever de informar o seu espaço é finito, o que leva a que sejam feitas escolhas, noticiando um acontecimento em detrimento de outro. Para além da finitude do espaço mediático há também outra limitação, que se prende com a atenção do público, o que leva a que os OCS, em busca do “olhar” atento dos indivíduos, confiram importância a valores-notícia que se traduzam em resultados concretos nas audiências. Como defende Goldman (1999), revela-se fundamental que tenhamos presente que os *media* são, maioritariamente, empresas privadas, cuja finalidade é gerar benefícios/lucros, factor que poderá entrar em choque com a sua função primeira, a de informar o público sobre questões que se revelem interessantes, e mesmo, como defende Quesnay (in Mattelart, 1996), funcionar como salvaguarda contra injustiças, vigiando os diversos actores

sociais. Procurando o lucro cria-se um enviesamento, preferindo o espectacular ao relevante.

Bandura (2001) defende que, mais que transmitir informação, os *media* produzem significados, ou seja, oferecem uma perspectiva, um enquadramento. Ao enquadrar um assunto, os OCS seleccionam determinados aspectos do mesmo, tornando-os salientes, o que leva a que também o público os considere e lhes atribua importância no processo de interpretação e de avaliação, fornecendo esquemas interpretativos (Mendonça & Simões, 2012). É com base nesta formulação que Mendonça e Simões (2012) defendem que a influência dos *media* não se limita ao “sobre o que pensar?”, indo mesmo ao nível do “o que pensar?”. Ressalvamos que esta última questão não é verificada de imediato, no curto prazo, uma vez que os estudos referem que não se trata de uma questão de estímulo-reacção, mas sim de efeitos a médio e a longo prazo.

O nosso estudo versa sobre a agência Lusa que, sendo a única agência noticiosa em Portugal, tem um papel extremamente relevante. A Lusa é a porta de entrada das notícias, é o *gatekeeper* que selecciona a informação, para posteriormente a desmultiplicar pelos OCS. Percebemos que o número de pessoas que a agência alcança, directa ou indirectamente, é elevado, o que significa que as escolhas feitas terão considerável impacto social. No nosso trabalho em concreto consideramos a agência Lusa responsável pelo que é disponibilizado para o público nacional e internacional no que respeita a grandes eventos políticos realizados em Portugal. Com base nos resultados obtidos não podemos inferir sobre a capacidade de *gatekeeping* da agência Lusa. Para tal teria de ser feito um trabalho que comparasse as notícias emanadas pela agência Lusa sobre certo evento, com as notícias difundidas posteriormente sobre o mesmo evento pelos OCS.

Pudemos verificar que no processo de definição do que se transforma, ou não, em notícia entra o factor espectacularidade (Uscinski, 2009). Os *media* procuram notícias apelativas e apetecíveis, que rapidamente interessem o público. São exemplo destes eventos os crimes violentos, guerra, eleições e escândalos governamentais (Uscinski, 2009). Estes eventos escapam ao ordinário, tendo impacto na audiência, logo, merecem a atenção dos OCS, que lhes dão cobertura. Devido à imensidão de eventos, não seria praticável proceder a uma análise individual de cada situação, revelando-se necessário a criação de critérios de noticiabilidade que estabelecem regras que colaboram para a definição do que merece ser transformado em notícia. A actuação policial em grandes

eventos de cariz político é propícia a que se verifiquem certos critérios de noticiabilidade, pois pode interferir com a liberdade e integridade física de cada cidadão, uma vez que a Polícia é uma instituição que se encontra legitimada pelo Estado a usar a força coerciva. Percebe-se o porquê de os *media* estarem atentos à actuação policial.

Face ao enquadramento teórico que efectuámos e aos resultados que obtivemos afigura-se importante discorrer sobre três conceitos: *agenda-setting*, *framing* e *priming*. No que respeita ao *agenda-setting*, facilmente se percebe a importância da agência Lusa e do seu discurso, pois como já referido no trabalho a agenda do público, entenda-se, as questões que o público considera relevantes, estão ligadas aos assuntos valorados pelos *media*. Sendo a agência Lusa responsável pela disseminação de informação pelos restantes OCS, compreendemos que os assuntos que opta por abordar terão influência na agenda mediática, que se reflectirá na agenda do público (McCombs, 1981). Não podemos, porém, estabelecer relação nem explicar este processo com os resultados obtidos, nem é esse o objectivo do nosso trabalho. Será um tema interessante a estudar no futuro, permitindo uma compreensão mais abrangente de todo o processo.

Por outro lado, com base nos resultados obtidos pela análise de conteúdo realizada às notícias que compõem o *corpus* analisado, podemos fazer certas inferências em relação ao *framing* e ao *priming*.

Relativamente ao *framing* no âmbito das intervenções policiais em grandes eventos de cariz político, o discurso da Lusa enfatiza maioritariamente a perspectiva dos manifestantes, descrevendo tudo o que os caracteriza bem como a sua participação no evento, o que poderá levar a que o público se familiarize mais com este posicionamento. Nesta senda, e devido à forte base sindical presente em todos os eventos seleccionados, os sindicatos, enquanto promotores dos eventos e participantes activos adquirem forte relevo, sendo a estes que, na maioria dos casos, fazem o enquadramento do evento, sendo citados pela Lusa. Compreendemos que eles reivindicam uma posição consolidada (e.g. “para protestar contra o orçamento” - 16975225), que é a transmitida ao público. Note-se ainda que as questões que digam respeito ao evento em si, entenda-se, às características e envolvência da manifestação em concreto, estão fortemente presentes no discurso noticioso, uma vez que são acontecimentos extraordinários, e por isso apelativos ao público. Tornando estes dados prioritários, por atraírem a atenção do

público e serem propensos a gerar lucros, olvidam-se outros, pois o espaço é limitado (as notícias não deverão exceder os 3000 caracteres).

Temos necessidade de salientar em concreto o evento de 21 de Novembro, referente à manifestação das Forças e Serviços de Segurança, que culminou na violação do cordão de segurança, feito pelas forças policiais de serviço, por parte dos manifestantes. Analisado o discurso adoptado concluímos que existe uma crítica implícita às Forças de Segurança e, especificamente, à Polícia, sendo que as críticas são dirigidas aos manifestantes, mas alcançam os profissionais de serviço no local (e.g. “existem organizações que têm o especial dever de exemplo na sua actuação” - 16959719).

Em relação ao *priming* devemos referir que observámos não só duplicação de notícias como também segmentos de texto exactamente iguais em notícias diferentes. Disponibilizar a mesma informação de uma forma repetida poderá fazer com que esta seja mais facilmente retida pelo público, ganhando importância e saliência. Em relação à duplicação de notícias, com diminuta diferença temporal, consideramos que pode ocorrer devido ao contrato de serviço público que a Lusa tem de cumprir, pelo que se percebe que há uma necessidade de produzir e publicar notícias (300 a 400 notícias diárias). No que respeita aos segmentos de textos iguais, parece haver uma despreocupação em enquadrar cada evento, sendo utilizada a mesma informação para eventos que se insiram no mesmo movimento.

Devemos referir que o discurso jornalístico da Lusa se cinge a um registo predominantemente factual, não apresentando uma vertente subjectiva, não deixando transparecer opiniões de forma expressa. Esta característica é deveras importante pois não cria um viés inicial na abordagem aos temas, no entanto, tal viés acaba por poder aparecer com o referido *framing* e *priming*, que contribuem para uma certa construção mental das questões.

Outra conclusão que deve ser referida é o facto de a informação sobre a actuação policial ou mesmo sobre a Polícia ser disponibilizada, maioritariamente, por fontes não identificadas e não formais. Seria conveniente que os OCS transmitissem os assuntos citando fontes identificadas e também que os indivíduos tivessem conhecimento pelas fontes oficiais da própria instituição, garantindo assim elevada credibilidade e fidedignidade da informação que chega ao público. Ainda relativamente a este tipo de informação verificámos que nas notícias anteriores ao evento, que o “preparam”, as

informações policiais se limitam a esclarecimentos rodoviários, especificando os locais condicionados pelo evento. Esta informação é relevante mas não basta; seria mais profícuo se também fossem transmitidos conselhos sobre a conduta a tomar, e que se demonstrasse o trabalho prévio que é feito pela Polícia, com vista a assegurar que os cidadãos usufruam em pleno do seu direito de manifestação. Não podemos afirmar que esta informação não exista, simplesmente não consta do discurso noticioso, situação que poderia ser colmatada com a intervenção de fontes policiais oficiais, por exemplo realizando conferências de imprensa, à semelhança do que acontece nos eventos desportivos (Pais, Felgueiras, Serra, Machado & Pereira, 2013). Já em relação à actuação policial no decorrer dos eventos podemos afirmar que no discurso noticioso o enfoque é sobre a descrição da actuação e sobre os seus resultados, não sendo explorados os motivos que lhe subjazem. Esta situação pode levar a uma descontextualização da actuação, que cria a necessidade de ter de se justificar a intervenção após os eventos. Ou seja, no processo de comunicação a Polícia tem uma atitude predominantemente reactiva, não assumindo a iniciativa na partilha de informação, deixando que seja tomado o seu lugar na hierarquia de credibilidade. Desta forma, a sua palavra é “tomada” por outros.

Para encerrar este trabalho, não podemos deixar de referir que os resultados e conclusões que apresentamos devem ser analisados com ponderação, uma vez que a pesquisa realizada contou com limitações, nomeadamente, por considerar apenas um ano de análise (2013). Apesar desta limitação, inserindo-se este trabalho numa Linha de Investigação, o estudo longitudinal dos resultados obtidos ao longo de vários anos pode fornecer conclusões mais sólidas e fundamentadas. Foi este o intuito desta investigação, contribuir com mais um ano de trabalho, dando continuidade à pesquisa, para além da natural curiosidade acerca do que se poderia verificar durante o ano de 2013. Parece-nos interessante que na sequência do nosso trabalho surjam outros, que visem, por exemplo, comparar a informação que a Lusa divulga com aquela que chega ao público (analisando, especificamente, a ocorrência de *gatekeeping*), ou então analisar a influência concreta da agência Lusa na construção da imagem da Polícia pelo público, desenvolvendo, especificamente, estudos junto dos cidadãos. Deixamos espaço aberto a novos trabalhos na área, que contribuam para a melhor percepção de todo o processo.

Referências

- Anastacio, P. A., Karen, C. R., & Chapman, J. (1999). Can the media create public opinion? A social-identity approach. *Blackwell Publishers*, 8 (5), 152-155.
- Anselmo, A. (1981). *Origens da imprensa em Portugal*. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda.
- Baran, S., Davis, D. (2012). *Mass communication theory* (6ª ed.). Boston: Wadsworth.
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bandura, A. (2001). "Social Cognitive Theory of Mass Communication." *Media Psychology* 3, no. 3: 265–299.
- Babad, E. (2005). The Psychological price of media Bias. *Journal of Experimental Psychology* 11 (4), 245-255.
- Berlo, D. (1999). *Processo da comunicação: introdução à teoria e à prática* (9ªed.). São Paulo: Martins Fontes.
- Bourdieu, P. (1973). A opinião pública não existe. *Les Temps Modernes*, 318, 1292-1309.
- Caetano, J., & Rasquilha, L. (2004). *Gestão da comunicação*. Lisboa: Quimera.
- Cascais, F. (1999). Prefácio. In M. Fontcuberta, *A notícia: Pistas para compreender o mundo* (pp. 7-10). Lisboa: Editorial Notícias.
- Clemente, P. J. L. (2000). A polícia em Portugal: Da dimensão política contemporânea da seguridade pública (Vol 1). (Tese de Doutoramento, não publicada). Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa.
- Cohen, B. C. (1963). *The Press and Foreign Policy*, Princeton: Princeton University Press.
- Daltoé, A. (2003). *A notícia e sua passagem pelos diferentes meios*. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação.
- DeGeorge, W. F. (1981) - Conceptualization and measurement of audience agenda. *Mass Communication Review Yearbook*. Beverly Hills: Sage.

- Dias, H. V. (2012). *Metamorfoses da polícia: Novos paradigmas de segurança e liberdade*. Coimbra: Almedina.
- Druckman, J. (2001). On the limits of framing effects: Who can frame? *The Journal of Politics*, 63(4), 1041-1066.
- Durkheim, E. (1995). *Les Règles De La Méthode Sociologique* [The rules of sociological method]. 8th ed. Paris: PUF.
- Fabre, M. (1980). *História da comunicação* (2ªed.). Lisboa: Moraes Editores.
- Figueiras, R. (2005). *Os Comentadores e os Media. Os autores das colunas de opinião*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Fiske, J. (1999). *Introdução ao estudo da comunicação* (5ª ed.). Porto: Edições ASA.
- Fontcuberta, M. (1999). *A notícia: Pistas para compreender o mundo*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Ghiglione, R., & Matalon, B. (1992). *O inquérito: Teoria e prática*. Oeiras: Celta Editora.
- Gill, D. e Adams, B. (1998). *ABC of Communication Studies*. Second edition. Walton-on-Thames: Thomas Nelson & Sons.
- Golding, P., & Elliott, P. (1979). *Making the News*, Londres: Longman
- Goldman, A. I. (1999). *Knowledge in a Social World*. Oxford: Oxford University Press.
- Greer, C., & McLaughlin, E. (2010). We predict a riot? Public order policing, new media environments and the rise of the citizen journalist. *The British Journal of Criminology*, 50, 1041-1059.
- Greer, C., & McLaughlin, E. (2011). 'Trial by media': Policing, the 24-7 news mediasphere and the 'politics of outrage'. *Theoretical Criminology*, 15(1), 23-46.
- Guerra, I. C. (2006). *Pesquisa qualitativa e análise de conteúdo: Sentidos e formas de uso*. Cascais: Princípia.
- Hylander, I., & Guvå, G. (2010). Misunderstanding of out-group behaviour: Different interpretations of the same crowd events among the police officers and demonstrators. *Nordic Psychology*, 62 (4), 25-47.

- International Permanent Observatory on Security during Major Events (2007). *IPO Security planning model*. Torino: UNICRI.
- Klockars, C. B. (1985). *The idea of police* (Vol. 3). Beverly Hills: Sage Publications.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2^a ed.). London: Sage Publications.
- Livro de estilo da Lusa (2011). Lusa Agência de Notícias de Portugal, SA. Retirado de <http://www.lusa.pt/lusamaterial/PDFs/LivroEstilo.pdf>
- Luhmann, N. (1992). *A improbabilidade da comunicação*, Lisboa: Vega.
- Maslow, A. H., (1954). *Motivation and personality*. Nova Iorque: Harper.
- Mattelart, A. (1994). *A invenção da comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Mattelart, A. (1996). *A mundialização da comunicação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- McCombs, M. E. (1981). Setting the Agenda For Agenda-Setting Research. Na *Assessment of the Priority Ideas and Problems», Mass Communication Review Yearbook* (vol. 2), Sage Publications.
- McCombs, M.E. and Shaw, D.L. (1972) 'The agenda-setting function of the press', *Public Opinion Quarterly*, 36: 176-87.
- McCombs, M.E. and Shaw, D.L. (1993) The evolution of agenda-setting theory: 25 years in the marketplace of ideas', *Journal of Communication*, 43 (2): 58-66.
- McLEOD, J. and BECKER, L. and BYRNES, M. (1974). Another Look at the Agenda-Setting Function of the Press, *Communication Research*, 1(2), 131-166.
- McQuail, D. (2003). *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Mendonça, R. F., & Simões, P. G. (2012). Enquadramento: Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 27 (79), 187-235.

- Miller, J. (2007). Examining the mediators of agenda setting: A new experimental paradigm reveals the role of emotions. *Political Psychology*, 28(6), 689-717.
- Neuman, W. R.; Just, M. R. e Crigler, A. N. (1992) *Common Knowledge. News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Nunes, J., (2010). *Comunicação em contexto clínico*. Lisboa: Instituto de Clínica Geral da Zona Sul
- Pais, L. G. (2004). *Uma história das ligações entre psicologia e o direito em Portugal: Perícias psiquiátricas médico-legais e perícias sobre a personalidade como analisadores*. (Tese de doutoramento, não publicada). Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto, Porto.
- Pais, L. G., Felgueiras, S., Serra, A., Machado, H., & Pereira, H. (2013). Media perceptions on police activity in major political events: An overview of Portuguese context during 2011. *The anthology: GODIAC – Good practice for dialogue and communication as strategic principles for policing political manifestations in Europe* (pp. 205-217). Swedish National Police Board and GODIAC.
- Pereira, H. F. S. (2012). *Grandes eventos de cariz político: A percepção da Agência Lusa sobre a actuação policial*. (Dissertação de mestrado, não publicada). Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna, Lisboa.
- Platão (2012). *A república* (13ª ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Raposo, J. (2006). *Direito policial* (Vol. 1). Coimbra: Almedina.
- Rositi, F. (1982) *I modi dell'argomentazione e l'opinione pubblica*, Turim: Eri.
- Santos, J. (2007). *Lusa - Agência de Notícias de Portugal*. Lisboa: Lusa
- Santos, J. R. (1992). *Comunicação*. Lisboa: Difusão Cultural.
- Saperas, E. (1993). *Os efeitos cognitivos da comunicação de massas : as recentes investigações em torno dos efeitos da comunicação de massas*. Porto: ASA.
- Serra, J. P. (2007). *Manual de teoria da comunicação*. Covilhã: Labcom.

- Shaw, E. F. (1979) - Agenda-setting and mass communication theory. *Gazette*, 25(2): 96-105.
- Silva, A. S., & Pinto, J. M. (1986). *Metodologia das ciências sociais*. Porto: Edições Afrontamento.
- Sousa, J. (2000). *As notícias e os seus efeitos – As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos*, Coimbra: Minerva Editora.
- Sousa, J. (2006). *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media* (2ª ed.). Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.
- Tarde, Gabriel, *L'Opinion et la Foule*, Paris, PUF, 1989.
- Traquina, N. (2000). *O poder do jornalismo – Análise e textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra: Minerva Editora.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia*. México : Gustavo Gili.
- UNESCO, (1953). *Les Agences télégraphiques d'information*. Paris: UNESCO.
- Uscinski, J. E. (2009). When does the public's issue agenda affect the media's issue agenda (and vice-versa)? Developing a framework for media-public Influence. *Social Science Quarterly*, 90 (4), 796-815
- Vala, J. (1986). A análise de conteúdo. In A. S. Silva, & J. M. Pinto (Orgs.), *Metodologia das ciências sociais* (pp. 101-128). Porto: Edições Afrontamento.
- Varela, T. J. M. (2013). *A atuação policial em grandes eventos de cariz político: O que noticia a Agência Lusa* (Dissertação de mestrado, não publicada). Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna, Lisboa.
- Weber, R. (1990). *Basic content analysis* (2nd ed.). Newbury Park, CA: Sage.
- White, D. M. (1950). The "gate keeper": A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27(4), 383-390.
- Wolf, M. (1999). *Teorias da Comunicação*, 5ª ed., Lisboa: Presença.

Anexos

Anexo 1. Influência dos *media* na opinião pública

Como afirma Niklas Luhmann (1992), considerando que a atenção do público é finita, os órgãos de comunicação social (OCS) têm a necessidade/obrigação de seleccionar o que mostram, discriminando os temas que fazem parte da opinião pública. Blumber (in Saperas, 1993, p.43) observa que “os *media* operam apresentando opiniões concordantes quanto aos diversos temas de actualidade tratados, dando coerência à sua visão da realidade, estereotipando-a e fazendo concordar esta visão do meio com as suas próprias opiniões”. Algo que é necessário ter presente é que os *media*, “ao mostrarem apenas uma pequena e não representativa porção do mundo através da sua janela, podem ajudar a criar uma imagem sobre a qual querem reflectir” (Anastasio et al., 1999, p.152). É possível afirmar que os *media* “determinam as formas de orientação da atenção pública, a agenda de temas dominantes que reclamam essa atenção e sua posterior discussão pública, a hierarquização da relevância destes temas e a capacidade de discriminação temática que os indivíduos manifestam” (Saperas, 1993, p.49). Será que todas as pessoas são então influenciadas pelos *media*? E será que o são com a mesma intensidade? E da mesma maneira?

É fundamental ter a noção de que nem todas as pessoas têm o mesmo grau de instrução nem de conhecimento sobre os temas, logo “quanto menor for a informação e a sensibilidade de um público relativamente a um tema antes da sua abordagem por parte dos *media*, maiores serão as probabilidades de as pessoas serem influenciadas pelas peças jornalísticas subsequentes” (Traquina, 2000, pp.92-93). Normalmente as pessoas mais instruídas e com maior interesse na vida social, adoptam uma postura activa no que concerne à procura de informação, no entanto representam uma minoria, sendo que a maioria das pessoas obtêm informação sem grande esforço (Traquina, 2000).

Conclui-se que o público menos informado sobre determinada temática carece de orientação, que é dada pelos *media*, e como o referido público não domina o tema pode facilmente ser influenciado. “A necessidade de orientação é definida como a junção de duas variáveis: alto interesse e um alto nível de incerteza” (Traquina, 2000, p.33). Podemos ir ainda mais longe e afirmar que o público deseja mesmo ser guiado, prefere que os assuntos sejam simplificados e só depois transmitidos, implicando assim um menor esforço intelectual (Druckman, 2001).

Apoiando-nos num estudo de McCombs e Weaver (in Traquina, 2000) percebemos que quanto maior é a necessidade de orientação de uma pessoa, maior predisposição terá para a exposição à informação dos meios de comunicação. Quanto maior é a necessidade de orientação, menor é a distância entre as agenda do público e a agenda dos *media*. Ou seja, quanto menos se sabe sobre algo, maior facilidade se tem em aceitar como verdade o que é transmitido. Para McCombs (cit. in Traquina, 2000, p.38), “a conclusão a tirar é clara: os atributos enfatizados pelo campo jornalístico podem influenciar directamente a direcção da opinião pública”.

A informação entra, pura e simplesmente, tal como Berelson (cit. in Traquina, 2000, p.48) afirmou de forma sucinta: “Seja qual for o assunto, muitos ‘ouvem’, mas poucos ‘escutam’”. Consideremos o facto de mesmo através de pormenores, como o tamanho do título de diferentes notícias, a sua localização ao nível das páginas e na própria página, ser conferida uma ideia clara sobre a importância dada ao assunto, importância essa que se repercute no leitor (Traquina, 2000). Para além disso “há ainda uma outra situação problemática: os meios não têm espaço para tudo. Os meios seleccionam a informação, de acordo com uma grelha interpretativa que valoriza determinados acontecimentos em detrimento de outros” (Sousa, 2000, p.128). Estamos perante outro factor de ‘enviesamento’, pois sendo impossível relatar tudo o que se passa são feitas escolhas, excluindo certos acontecimentos, ou mesmo certos assuntos. Estamos expostos a informação, emanada pelos *media*, que implicitamente nos dizem sobre o que pensar (Cohen, 1963).

“As pessoas, de algum modo, tornaram-se testemunhas dos acontecimentos que afectam a vida pública, assistindo mesmo ao seu desenvolvimento em determinadas circunstâncias” (Sousa, 2000, p.127). No entanto não têm o poder de escolher, de forma totalmente livre, ao que assistir, pois é-lhes fornecida informação sem que haja sequer necessidade de a procurar.

Anexo 2. *Priming*: Suficiente para a prossecução do *agenda-setting*

O *priming* pode ser definido como o bombardeamento frequente dos mesmos assuntos para que lhes seja atribuída importância (Miller, 2007). Assim as matérias divulgadas pelos *media* estariam mais acessíveis e, conseqüentemente, as pessoas estariam actualizadas em relação a certo assunto, não deixando que este saia da sua memória, conseguindo assim que lhe seja atribuída importância. Miller (2007) defende que o *priming* resulta do *agenda-setting* e não o contrário, uma vez que apesar dos *media* poderem tornar certos assuntos mais acessíveis que outros, a sua importância dependerá da sua relevância para cada indivíduo. Apesar de esta ser a ideia dominante, há no entanto quem defenda o contrário, que o *priming* é um factor que contribui para o *agenda-setting*. Na nossa opinião ambas as posições podem ser aceites, dependendo da inserção, ou não, de uma temática na agenda do público. Exemplificando, se determinado tema faz parte da agenda do público, o *priming* existente é claramente consequência do *agenda-setting*. Por outro lado, se um tema ainda não se encontra nas preocupações do público ou na sua agenda, então o *priming* contribuirá para o *agenda-setting* (Miller, 2007). A nossa opinião é concordante com a de Miller (2007), na medida em que consideramos que os indivíduos prestam atenção ao conteúdo das notícias, filtrando o que interessa, e criando opiniões sobre os assuntos de maior importância. A acessibilidade dos assuntos pode ser uma condição necessária mas não é suficiente para o *agenda-setting*.

Anexo 3. Relação entre agenda dos *media* e agenda do público

McCombs (1981) afirma a existência de uma relação directa e casual entre o conteúdo da agenda dos *media* e a subsequente percepção pública de quais são os temas importantes do dia. Estabelecendo os assuntos que são maioritariamente discutidos, bem como as posições mais defendidas, é indicado o caminho à audiência delimitando as temáticas, pois a atenção desta é limitada e o meio é extremamente vasto. Segundo McCombs e Shaw (1993) o *agenda-setting* é mais do que as notícias nos indicarem sobre o que pensar. A evolução da teoria do *agenda-setting*, mediante investigação produzida no seu âmbito, demonstra que os *media* podem influenciar as pessoas não só sobre o que pensar, mas também sobre como pensar (Baran & Davis, 2012; Sousa, 2006).

Anexo 4. Tematização

O conceito de tematização foi apresentado por Niklas Luhmann (1992) e pretende traduzir o processo de definição, estabelecimento e reconhecimento público dos grandes temas através da comunicação social, produzindo-se desta forma opinião pública sobre os diversos assuntos. Saperas (1993) define tematização como sendo um processo de “selecção e de valorização de determinados temas de interesse introduzidos de forma contingente [isto é, incerta] na opinião pública, entendida como estrutura temática contingente, que reduz a complexidade social dos diversos subsistemas ou sistemas parciais em que opera” (p. 88). Sabendo que a atenção é limitada face a um meio de elevada complexidade, os *media*, através do processo de tematização englobam várias ocorrências num acontecimento, sendo desta forma possível prestar atenção a um certo número de temáticas (Saperas, 1993).

Percebemos assim que este termo é referente à transformação de um certo número de acontecimentos e factos distintos num só tema. A tematização trata-se de um procedimento informativo que se insere na hipótese do *agenda-setting*, pois aglomerar factos e informação em torno de um tema, acaba por ser tematizar um assunto na ordem do dia, ou seja agendá-lo, atraindo a atenção do público que o passa a ter como central, contrariamente ao que não foi tematizado (Wolf, 1999).

Segundo Rositi (1982) a função da tematização passa por seleccionar os temas aos quais se deve prestar atenção. Esta selecção é feita não só pela aglutinação de vários eventos, num determinado período de tempo, num tema central, mas também fazendo convergir essa mesma série de acontecimentos na denúncia de um problema que tenha um significado público e requeira uma solução, apelando à tomada de decisão. Cronologicamente, ocorrem eventos dispersos, que posteriormente são aglomerados pela tematização criando um tema central que apela à atenção do público, e consequentemente entra nas várias agendas. Importa salientar que nem todos os acontecimentos são passíveis de ser tematizados, serão apenas aqueles com relevância político-social. Os OCS têm apenas a possibilidade de tematizar dentro de um certo limite, o que é perceptível pois se a tematização depende da importância atribuída pelo público, apenas entrarão aqui temáticas de relevo (Wolf, 1999).

Para finalizar, é fulcral esclarecer que a teoria da tematização é uma teoria, significativamente, próxima da teoria do *agenda-setting*, até porque como foi referido

anteriormente, uma participa na outra, no entanto existem diferenças bem claras entre elas. Segundo Saperas (1993), e como já explanado, estamos perante dois processos diferentes, uma vez que um representa a passagem de vários acontecimentos a um tema (tematização) e o outro se refere à entrada dos temas na discussão pública (*agenda-setting*), logo a fundamentação teórica complementa-se. Em segundo lugar, percebemos que o *agenda-setting* é mais abrangente do que a teoria da tematização, sendo que a entrada de temas na agenda pública é superior ao facto de um tema ser reconhecido como relevante.

Anexo 5. Espiral do silêncio

Baran e Davis (2012) consideram esta hipótese como uma forma de *agenda-setting* que centra a sua atenção a um nível macro. Esta hipótese foi lançada por Noelle-Neumann (in Figueiras, 2005), no início dos anos 80, sendo que postula a ideia de que os indivíduos encaram a opinião fornecida pelos *media* como sinónimo de opinião maioritária, ou seja, os *media* representam o que a comunidade pensa. A autora refere que esta assunção se encontra no seio do colectivo social (Noelle-Neumann, in Figueiras, 2005). Os indivíduos que, em relação a um tema, não se encontrem de acordo com a opinião mediatizada têm duas possibilidades de se comportar. Podem simplesmente abandonar a sua perspectiva, favorecendo a dos *media*, que têm como global, sentindo-se, deste modo, integrados no conforto da maioria. Ou, por outro lado, optam por se manterem fiéis às suas ideias, só que, não se querendo insurgir contra a maioria, tendem a calar-se, entrando numa espiral de silêncio. Esta assunção ocorre por o ser humano temer o isolamento e a separação daqueles com quem partilha o quotidiano e se inserem na sua esfera de acção mais próxima, apresentando assim uma clara tendência para guardar para si as opiniões que julga que se inserem na minoria, ou acaba mesmo por se resignar ao poder da maioria (Baran & Davis, 2012).

A opinião com maior visibilidade é a opinião dominante, e mediante esta hipótese, a sua alteração revela-se extremamente difícil, pois aqueles que estão contra encontram-se silenciados pela percepção de maioria que os *media* fornecem (Figueiras, 2005). Segundo Figueiras (2005), “esta opinião torna-se hegemónica, não por ser a única perspectiva, não por ser consensual ou maioritária, mas pelo receio que os indivíduos têm do confronto de visões alternativas e do sentimento de isolamento sentido por possuir uma opinião divergente” (p.37).

A teoria da espiral do silêncio argumenta que os *media* têm um papel preponderante na influência do público, conseguindo silenciar as suas opiniões relativamente a determinados tópicos, declarando (ou criando a ideia) que fazem parte de uma minoria (Baran & Davis, 2012). Essas posições podem nem ser minoritárias, mas pela influência dos *media* é criada essa percepção, estabelecendo assim uma maioria silenciosa, que está convencida que poucos partilham a sua posição (Sousa, 2006). Por acção dos meios de comunicação a maioria pode ser transformada em minoria.

Numa perspectiva macro e de longo termo vários assuntos são meramente ignorados e marginalizados pelos *media*, e as pessoas terão forte atrito em abordá-los. Com o passar do tempo esses assuntos serão simplesmente silenciados e esquecidos, não entrando no processo de debate público de temas (Baran & Davis, 2012).

Face ao exposto teremos de apontar algumas das principais críticas feitas a esta teoria. Segundo Baran e Davis (2012), esta teoria peca por ter uma visão demasiado pessimista sobre a influência dos *media* em relação a todas as pessoas, encarando que efectivamente não é possível “escapar” a esta acção. Outro ponto a referir é o facto de serem aqui ignoradas as diferenças, a vários níveis, do público, sendo que cada indivíduo é uno, não podendo ser feita a generalização das reacções para todos. Por certos indivíduos preferirem resignar-se, não quer dizer que todos o façam. Por fim, é também menosprezado o poder da comunidade em contrariar a espiral do silêncio, sendo visto como uma bola-de-neve que não pode ser travada. Mediante a importância dos temas e as opiniões formadas sobre eles, a comunidade pode, contrariando os *media*, optar por salientar e tomar posições diferentes às instituídas.

Anexo 6. Como acontece o *agenda-setting*?

Revela-se importante especificar o modo como o processo de *agenda-setting* acontece. Segundo DeGeorge (1981), podem ser identificados três modelos que explicam a capacidade de estabelecimento de agendas temáticas. Em primeiro lugar, o modelo de conhecimento, que defende a hipótese de o público ficar a conhecer as temáticas por via dos *media*, logo, seriam estes a definir que informação há sobre os assuntos e o que se debate sobre eles. Um segundo modelo é o modelo de prioridades, que parte da hipótese de que o público hierarquiza as temáticas na sua agenda mediante a hierarquização fornecida pelos *media*. Assim sendo, o público partilha os critérios de valorização dos acontecimentos que os *media* seguem, considerando importantes os temas por eles emanados. Por fim, existe o modelo dos itens salientes, que acaba por se afirmar como um meio-termo entre os dois anteriores, partindo do pressuposto que o público atribuirá maior ou menor importância a certos temas, consoante a saliência desses temas, isto é, a valorização do tema depende do nível de interesse que o tema tem para o público. Como sabemos, os temas têm como que uma “validade”, daí este modelo poder ser tomado como válido num determinado período de tempo, nos meios de comunicação social.

Anexo 7. Críticas ao *agenda-setting*

Estando nós a estudar, em concreto, o *agenda-setting*, cabe-nos referir as críticas que lhe são apontadas, almejando assim a maior honestidade científica possível. Neuman, Just e Crigler (1992) defendem que as pessoas prestam atenção ao que querem, e ignoram, reestruturam, interpretam o que não lhes interessa ou vai contra as suas crenças. Os *media* não estão em contacto directo com a audiência, é uma comunicação de um só sentido, logo não é sabida a reacção perante certo tipo de informação, estando os OCS em desvantagem, não podendo afirmar que sabem, ou que prevêem o que vão obter. Esta crítica ao *agenda-setting* não é aceite por nós, pois se os *media* não conhecessem o público não ocorreriam fenómenos simples como a sua especialização em determinadas áreas, aliás para refutar esta crítica basta pensar na publicidade, que é bastante dirigida, tendo objectivos bem claros. Ainda segundo os autores, os indivíduos vivem preocupados com o “seu próprio” mundo, possuem preocupações específicas relacionadas com a sua família, com questões de saúde, com dificuldades económicas, com carreira profissional e com os seus sonhos. Não resta muito tempo para que seja permitida influência dos *media*. Mesmo existindo, não é garantido que se obtenha o efeito premeditado, até porque o indivíduo retém pouca informação como demonstra Neuman em 1976 no seu estudo, revelando que um espectador de noticiário da noite, no dia seguinte só se consegue recordar de uma em cada dezanove notícias (Neuman, in Neuman et al., 1992). Os autores concluem deste modo que os *media* têm pouco impacto directo nas cognições do indivíduo, pois toda a informação passa e é processada por ele.

Para além disto o público não pode ser encarado (até porque não é) como um ser vegetativo, que absorve passivamente tudo o que lhe é fornecido pelos *media*. Platão (380 a.C/2012) escreve na Alegoria da Caverna que não conhecemos a realidade, só a sua representação, no entanto isso acontece apenas enquanto somos “prisioneiros” e temos as pernas e o pescoço acorrentados, não nos deixando ver mais do que a sombra. A questão é que existe mais do que a sombra, e nós sabemo-lo, não existindo nem sendo lógico que continuemos cativos na caverna. As pessoas, actualmente, são livres, não são vítimas dos retratos fornecidos pelos *media*, não se encontram indefesos, no entanto e como já percebemos é possível que ocorram influências, numa perspectiva macro e de longo prazo.

Saperas (1993) também aponta inconsistências à teoria do *agenda-setting*, indicando seis que considera mais relevantes. Em primeiro lugar refere a ambiguidade sobre a origem da agenda temática dos OCS, que, apesar dos estudos feitos, não está totalmente explicitada. Em segundo lugar indica a dificuldade de analisar e avaliar a influência dos media, pois distinguir o que as pessoas pensam, daquilo sobre o que pensam, não é uma tarefa fácil. Em terceiro lugar menciona a imprecisão metodológica, pois não é uniforme a forma como se estudam estes processos, podendo ser falacioso relacioná-los. Em quarto lugar, e de acordo com Neuman et al. (1992), não se conhece suficientemente a audiência para poder generalizar o conhecimento sobre ela. Em quinto lugar existe uma dificuldade de delimitação de agendas, não está rigorosamente definido onde cada uma começa e onde acaba. Por fim, não está claramente definido o período temporal óptimo a ter em conta na análise bem como o número de temas, podendo gerar-se erros. Sousa (2006) refere ainda que esta teoria tende a subestimar o valor da própria realidade que, mediante a sua importância e percepção, pode anular a influência da agenda dos meios de comunicação na definição da agenda pública.

Anexo 8. As agências de notícias

As agências de notícias surgem, em primeira instância, para fornecer notícias de um modo célere mas assegurando a qualidade. A primeira agência deste género foi a *Havas*, fundada no ano 1835 em França. À época, como seria de esperar, a imprensa carecia de meios económicos e técnicos, recorrendo às notícias da agência para compor os seus jornais (Santos, 2007). Para os órgãos de comunicação menos poderosos ter correspondentes no estrangeiro ultrapassava as suas possibilidades económicas ficando infinitamente mais dispendioso que a assinatura numa agência (Golding & Elliott, 1979). Primeiramente eram estes os principais motivos que levavam a recorrer às agências, e hoje em dia continuam a ser válidos.

A utilização das agências tem assim como primeira vantagem a rentabilização económica, vantagem essa que desencadeia outro factor que aumenta a sua importância. Esse factor é a construção de “uma forte homogeneidade e uniformidade das definições daquilo que constitui notícia. De entre todos os acontecimentos, acabam por ser considerados noticiáveis aqueles que as agências noticiam” (Wolf, 1999, p.232). Este factor remete-nos para a crítica mais forte à utilização das agências, que facilmente percebemos. Por exemplo, se vários jornais recebem informação da mesma agência é natural que as notícias não sejam muito distintas, o que pode levar à conclusão de que não existem vários jornais mas sim um só, e como afirmou Wolf (1999) os protagonistas são sempre os mesmos. A própria agência *Havas* (pioneira neste campo) era também designada como o jornal dos jornais, o que nos indica precisamente a ideia, *ad initio*, que existia sobre esta actividade (Santos, 2007). Balzac (cit. in. Santos, 2007, pp.20-22) escreveu o seguinte, criticando a agência *Havas*: “o público pode acreditar que existem vários jornais, mas existe apenas e definitivamente um só. Há apenas um jornal, a fonte em que bebem todos os jornais”. Os Estados, ao perceberem a influência que poderiam exercer se controlassem a fonte de informação, começaram a estatizar as agências, tornando-as um instrumento de defesa dos seus ideais. Esta acção não se trata de uma novidade, pois se recuarmos até à introdução da própria imprensa, concluímos que politicamente era uma ferramenta extremamente útil, existindo uma concordância ideológica clara com o poder vigente que desta forma propagava as suas ideias (Anselmo, 1981). Com a evolução e o aparecimento deste tipo de agências, a lógica

mantém-se, pois se a imprensa obtém a informação das agências, o controlo destas trará poder.

Anexo 9. Julgamentos pelos *media*

Este tipo de julgamentos são definidos como um processo dinâmico, de impacto dirigido, guiado pelos *media*, onde os indivíduos ou a própria instituição é julgada pela opinião pública. Os alvos destes julgamentos podem ser vários, e podem ir da pessoa mais banal até aos altos cargos, ou mesmo estenderem-se a toda a organização (Greer & McLaughlin, 2011). Desde o momento em que o juiz e o júri foram substituídos pelos *media*, o arguido pode encontrar-se completamente desprotegido, sendo considerado culpado até demonstrar ser inocente. O facto de ser considerado culpado resulta na sua condenação ao ridículo, sendo humilhado e a sua imagem destruída pelos *media*, repercutindo-se em toda a opinião pública (Greer & McLaughlin, 2011). Os *media* têm a capacidade de distorcer a hierarquia da credibilidade, fazendo com que se perca a percepção de legitimidade nas acções.

Anexo 10. “Jornalismo do cidadão”

O “jornalismo do cidadão”, que possibilita que tudo o que ocorre no calor das situações seja analisado imediatamente, podendo, no caso, danificar a imagem da Polícia e agravar as situações (Greer & McLaughlin, 2010). Allan e Thorsen (in Greer & McLaughlin, 2010, p. 1045) definiram “jornalismo do cidadão” como as “acções espontâneas de pessoas normais, que participando em eventos extraordinários se sentem compelidos a adoptar a postura de repórteres”. Por sua vez, Beat (in Greer & McLaughlin, 2010) descreve-os como pessoas armadas com telemóveis, *Blackberries* ou *iPhones* que são um olho ambulante no mundo, podendo fotografar ou gravar, adicionando descrições e rapidamente colocá-los na internet para que todo o mundo possa ver. Nos dias de hoje podemos dizer que este tipo de jornalismo, para além de fornecer fotografias apetecíveis, começou a definir as notícias em si. No entanto há duas perspectivas a ter em conta, a primeira é que este jornalismo, com o aqui e agora, pode realmente trazer autenticidade e realismo às histórias, mas pode também manipular, simular e adulterar as situações (Greer & McLaughlin, 2010).

Importa salientar que em condições normais o “jornalismo do cidadão” não é automaticamente nem naturalmente aceite, uma vez que não possui um lugar de destaque na hierarquia de credibilidade, não sendo reconhecidos como conhecedores das temáticas. A sua credibilidade advém somente dos factos visuais que podem apresentar, das provas que apresentam. Com o evoluir das tecnologias, e com as facilidades que isso representa, os cidadãos querem participar no processo de produção de notícias, ao invés de serem meros consumidores das mesmas (Greer & McLaughlin, 2010).

Anexo 11. *Corpus*

N.º	Evento	Data	Hora	Título	ID
1	Manifestação dos professores (26 de Janeiro)	26/01/2013	16:47:00	FENPROF vai pedir explicações ao MAI sobre atuação da GNR em acidente na A1	15647667
2	Manifestação dos professores (26 de Janeiro)	26/01/2013	16:25:00	Professores: Manifestação arrancou com quase uma hora de atraso	15647519
3	Manifestação dos professores (26 de Janeiro)	26/01/2013	16:16:00	Professores: FENPROF vai pedir explicações ao MAI sobre atuação da GNR em acidente na A1	15647443
4	Manifestação dos professores (26 de Janeiro)	26/03/2013	16:15:00	Manifestação dos professores atrasada devido a acidente na A1	15647462
5	Manifestação dos professores (26 de Janeiro)	26/03/2013	15:20:00	Professores: Dezenas de autocarros com manifestantes estiveram parados na A1 devido a despiste	15647209
6	Manifestação dos professores (26 de Janeiro)	26/03/2013	15:42:00	Professores: Manifestação atrasada devido a acidente na A1	15647299
7	Manifestação dos professores (26 de Janeiro)	27/03/2013	13:37:00	Associação da GNR critica declarações da FENPROF sobre atuação no acidente da A1	15650909
8	Manifestação CGTP (16 Fevereiro)	16/02/2013	12:07:00	Manifestação em Lisboa condiciona trânsito entre Príncipe Real e Praça do Município	15745492
9	Manifestação CGTP (16 Fevereiro)	16/02/2013	11:41:00	Manifestação em Lisboa condiciona trânsito entre Príncipe Real e Praça do Município	15745485
10	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	02:04:00	Movimento 'Que se Lixe a Troika' demarca-se de cerco ao parlamento	15811899
11	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	00:42:00	Movimento 'Que se Lixe a Troika' demarca-se de cerco ao parlamento	15811637
12	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	06:10:00	Mais de 40 cidades aderem hoje às manifestações “Que se lixe a troika”	15810739
13	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	06:10:00	Mais de 40 cidades aderem hoje às manifestações “Que se lixe a troika”	15811373
14	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	15:19:00	Manifestação: Mais de 150 pessoas nas ruas da Horta, nos Açores - organização	15813081
15	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	15:18:00	Manifestação: Professores e alunos iniciam protesto em Lisboa	15813196

Policciamento em grandes eventos de cariz político:

Discurso da agência Lusa

N.º	Evento	Data	Hora	Título	ID
16	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	15:01:00	Manifestação: Professores e alunos iniciam protesto em Lisboa	15813168
17	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	15:57:00	Manifestação: Cerca de 70 pessoas reúnem-se junto ao consulado português em Paris	15813272
18	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	15:54:00	Manifestação: Protesto da saúde partiu da Maternidade Alfredo da Costa em direção ao Marquês	15813133
19	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	15:48:00	Manifestação: Renato deixa indignação de quem não tem dinheiro para comer pintada num cartão (C/ÁUDIO E VÍDEO)	15813111
20	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	16:41:00	Manifestação: “Toda esta gente quer a demissão do primeiro-ministro?”, questionam os estrangeiros	15813492
21	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	17:06:00	Manifestação: Entre duas e três mil pessoas em Setúbal "contra as políticas do Governo"	15813526
22	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	17:00:00	Manifestação: Várias gerações de portugueses dizem que "está na hora de mudar"	15813522
23	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	17:00:00	“Toda esta gente quer a demissão do primeiro-ministro?”, questionam os estrangeiros	15813539
24	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	17:13:00	Manifestação: Cabeça da manifestação de Lisboa já está no Terreiro do Paço	15813760
25	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	17:29:00	Manifestação: Protesto é mais uma afirmação da exigência da demissão do Governo - PCP (C/ÁUDIO)	15813543
26	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	17:25:00	Manifestação: Trabalhadores da TAP participam para protestar contra "crime" de privatizar empresa	15813783
27	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	18:03:00	Manifestação: Alguns ainda arrancam do Marquês, quando muitos já chegaram ao Terreiro do Paço	15814103
28	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	17:42:00	Manifestação: Alguns ainda arrancam do Marquês, quando muitos já chegaram ao Terreiro do Paço	15813877
29	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	20:06:00	Manifestação: Protesto em Lisboa sem incidentes - PSP	15814739
30	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	19:55:00	Manifestação: Protesto em Lisboa sem incidentes - PSP	15814696

Policimento em grandes eventos de cariz político:

Discurso da agência Lusa

N.º	Evento	Data	Hora	Título	ID
32	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	01/03/2013	15:31:00	Manifestação: “Não há nenhum stress especial em relação a essa matéria” - MAI	15809591
33	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	01/03/2013	15:02:00	Manifestação: “Não há nenhum stress especial em relação a essa matéria”, diz Miguel Macedo (C/VÍDEO E ÁUDIO)	15809245
34	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	01/03/2013	09:08:00	Manifestação: Promotores esperam ver nas ruas "desilusão e revolta da sociedade portuguesa"	15807646
35	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	01/03/2013	07:00:00	Manifestação: Promotores esperam ver nas ruas "desilusão e revolta da sociedade portuguesa" (C/ ÁUDIO E VÍDEO)	15803245
36	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	01/03/2013	16:49:00	Manifestação: Várias ruas de Lisboa condicionadas ao trânsito a partir das 14:00 de sábado	15810131
37	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	19:25:00	Manifestação: Aveiro desmobiliza depois de cantar a “Grândola”	15814454
38	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	18:56:00	Manifestação: Milhares de pessoas em Faro exigem fim da austeridade (C/VÍDEO e C/FOTOS)	15814149
39	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	18:37:00	Manifestação: Vila Real desmobiliza depois de exigir demissão do Governo	15814134
40	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	18:28:00	Manifestação: Centenas de pessoas em frente às câmaras da Covilhã e Castelo Branco	15814132
41	Que se lixe a Troika ! (...) (2 de Março)	02/03/2013	18:21:00	Manifestação: Centenas de pessoas em frente às câmaras da Covilhã e Castelo Branco	15814172
42	Manifestação de Professores (15 de Junho)	17/06/2013	12:22:00	Exames: Alunos protestam em frente à escola Alves Martins em Viseu	16285120
43	Manifestação de Professores (15 de Junho)	17/06/2013	14:11:00	Alunos de escola invadida em Braga exigem anulação do exame	16285749
44	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	21/11/2013	21:13:00	Polícias em protesto rompem barreira e sobem escadaria da Assembleia da República	16957403
45	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	21/11/2013	21:11:00	URGENTE: Polícias em protesto rompem barreira e sobem escadaria da Assembleia da República	16957262
46	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	21/11/2013	20:43:00	Corpo de intervenção da PSP forma barreira em manifestação de profissionais de segurança (C/ÁUDIO e VÍDEO)	16957202

N.º	Evento	Data	Hora	Título	ID
47	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	21/11/2013	20:33:00	Profissionais de segurança derrubam barreiras de proteção no parlamento	16957204
48	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	21/11/2013	20:30:00	Profissionais de segurança derrubam barreiras de proteção no parlamento (C/ÁUDIO e VÍDEO)	16957186
49	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	13:01:00	PSD lamenta invasão da escadaria do Parlamento, invoca “especial dever de exemplo” da polícia (C/VÍDEO E ÁUDIO)	16959719
50	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	13:52:00	PSD admite ouvir ministro no parlamento sobre demissão de diretor da PSP (C/ÁUDIO)	16960109
51	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	13:07:00	PSD lamenta invasão da escadaria do Parlamento, invoca “especial dever de exemplo” da polícia	16959911
52	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	22:00:00	Invasão da escadaria do parlamento foi exceção e absolutamente inaceitável - MAI (ATUALIZADA) (C/ÁUDIO E FOTOS)	16962755
53	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	21:13:00	Invasão da escadaria do parlamento foi exceção e absolutamente inaceitável - Miguel Macedo	16962479
54	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	21:04:00	Invasão da escadaria do parlamento foi exceção e absolutamente inaceitável - MAI	16962551
55	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	17:23:00	Incidentes na AR são da “exclusiva responsabilidade do Governo” - Associação da GNR	16961573
56	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	17:07:00	Cavaco diz que decisão sobre saída do diretor nacional da PSP é responsabilidade do Governo (C/ÁUDIO)	16961411
57	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	16:37:00	Incidentes na AR são da “exclusiva responsabilidade do Governo” - Associação da GNR	16961255
58	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	14:31:00	Presidente da CIP diz que manifestação de polícias abriu “precedente” (C/VÍDEO e ÁUDIO)	16960472
59	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	17:48:00	“Atos de insubordinação” de polícias não se podem repetir - CDS-PP (C/ÁUDIO)	16961656
60	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	15:33:00	BE defende que manifestação de polícias foi protesto legítimo que revela indignação (C/áudio)	16960936

Policciamento em grandes eventos de cariz político:

Discurso da agência Lusa

N.º	Evento	Data	Hora	Título	ID
61	Manifestação das Forças e Serviços de Segurança (21 de Novembro)	22/11/2013	15:08:00	Associação Sindical de Polícia surpreendida com saída de diretor PSP	16960418
62	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	26/11/2013	09:08:00	PSP destaca dispositivo habitual para protestos de hoje junto ao parlamento	16974798
63	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	26/11/2013	08:56:00	PSP destaca dispositivo habitual para protestos de hoje junto ao parlamento	16974761
64	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	26/11/2013	11:31:00	Dezenas de manifestantes já concentrados frente ao parlamento contra o OE	16975447
65	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	26/11/2013	11:14:00	Dezenas de manifestantes já concentrados frente ao parlamento contra o OE	16975225
66	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	25/11/2013	20:39:00	CGTP assegura que não quer subir escadaria do parlamento	16973453
67	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	25/11/2013	20:30:00	CGTP assegura que não quer subir escadaria do parlamento (C/ÁUDIO e VÍDEO)	16973350
68	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	26/11/2013	17:04:00	Cerca de 100 manifestantes 'queimam' Orçamento de Estado no Funchal	16977328
69	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	26/11/2013	15:55:00	Sindicalistas invadem Ministério das Finanças e exigem demissão do Governo	16976907
70	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	26/11/2013	16:47:00	Secretário de Estado da Administração Pública recebe sindicalistas em protesto	16977099
71	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	26/11/2013	17:00:00	Secretário de Estado da Administração Pública recebe sindicalistas em protesto	16977468
72	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	26/11/2013	16:30:00	Sindicalistas invadem Ministério das Finanças e exigem demissão do Governo	16977119
73	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	27/11/2013	09:15:00	CGTP garante que não há razões para SIS se preocupar	16979849
74	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	27/11/2013	09:08:00	CGTP garante que não há razões para SIS se preocupar (C/ÁUDIO)	16979654
75	Manifestação CGTP (26 de Fevereiro)	26/11/2013	16:47:00	Efetivo policial reforçado nos ministérios da Educação e Solidariedade por prevenção	16977298

ANEXO 12. Grelha categorial

A – Categoria “**Manifestantes**” - Inclui-se nesta categoria toda a informação acerca das

Categorias		Subcategorias
A	Manifestantes	A1 Razões intrínsecas
		A2 Razões extrínsecas
		A3 Caracterização
B	PSP	B1 N° de elementos policiais
		B2 Subunidade/origem
		B3 Dispositivo
		B4 Motivos da actuação
		B5 Descrição da actuação
		B6 Resultados/Consequências da actuação policial
C	Discurso Directo	C1 Manifestante
		C2 Fonte Policial
		C3 Político
		C4 Membros do Governo
		C5 Perito/comentador/especialista
		C6 Organizador do evento/Representante de movimento/plataforma
		C7 Sindicatos
		C8 Palavras de ordem
		C9 Outros
D	Instâncias	D1 Governo
		D2 Assembleia da República
		D3 Agências Noticiosas
		D4 Instituições judiciais
		D5 Instituições
E	Discurso Indirecto	E1 Manifestante
		E2 Fonte Policial
		E3 GNR
		E4 Político
		E5 Membros do Governo
		E6 Perito/comentador/especialista
		E7 Organizador do evento/Representante de movimento/plataforma
		E8 Sindicatos
		E9 Outros
F	Enquadramento	F1 Data/ hora
		F2 Local
		F3 Nome do evento
		F4 Percurso
		F5 Objectivos
		F6 Justificação
		F7 Caracterização
		F8 N.º Manifestantes
		F9 História
G	Sistema Explicativo Espontâneo	G1 Actuação policial
		G2 Manifestantes
		G3 Enquadramento/Descrição do Evento

características dos manifestantes presentes nos eventos bem como acerca dos circunstancialismos que os levaram à participação.

A.1 – Subcategoria “**Razões intrínsecas**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que digam respeito aos motivos pessoais ou relativos à sua família apresentados como justificativos para a participação nos eventos.

Ex.: *"A situação económica, com duas filhas menores a seu cargo, foi o que a impulsionou a sair à rua"* – notícia 38.

A.2 – Subcategoria “**Razões extrínsecas**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. respeitantes aos motivos de ordem social, política e/ou ideológica apresentados como justificativos para a participação nos eventos.

Ex.: *"contra os cortes previstos no Orçamento do Estado"* – notícia 70.

A.3 – Subcategoria “**Caracterização**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que caracterizem os manifestantes e a sua participação no evento.

Ex.: *"Gertrudes Moraes, de 54 anos, empregada doméstica"* – notícia 38.

B – Categoria “**PSP**” - Codifica-se nesta categoria toda a informação relacionada com a Polícia, proferidas por qualquer um dos atores. Pretende-se aceder ao modo como é caracterizada a Polícia pelos OCS, no contexto da sua atuação em grandes eventos.

B.1 – Subcategoria “**N.º de elementos**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. relativas à informação relacionada com o número de elementos policiais envolvidos no policiamento do evento.

Ex.: *"300 elementos das Equipas de Intervenção Rápida para reforçar a segurança"* – notícia 73.

B.2 – Subcategoria “**Subunidade/origem**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. respeitantes à informação relacionada com a subunidade a que pertencem os elementos policiais envolvidos no policiamento do evento.

Ex.: *"a PSP vai ter no terreno a Unidade Especial de Polícia, através do Corpo de Intervenção"* – notícia 33.

B.3 – Subcategoria “Dispositivo” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. atinentes à informação relacionada com o dispositivo utilizado pelos elementos policiais, entenda-se, como se encontram enquadrados no terreno.

Ex.: *"O corpo de intervenção da PSP formou uma barreira policial "* – notícia 46.

B.4 – Subcategoria “Motivos da actuação” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que fundamentam ou justificam a actuação policial.

Ex.: *"O corpo de intervenção da PSP formou uma barreira policial nas escadarias da Assembleia da República, em Lisboa, para impedir que os profissionais das forças de segurança em protesto rompessem a proteção"* – notícia 46.

B.5 – Subcategoria “Descrição da actuação” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que descrevam e caracterizem a actuação policial.

Ex.: *"A concentração foi acompanhada por vários agentes da Polícia de Segurança Pública."* – notícia 73.

B.6 – Subcategoria “Resultados/Consequências da actuação” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que digam respeito à informação relacionada com os resultados ou consequências da actuação policial (detenções, feridos, etc.).

Ex.: *"A PSP não registou hoje qualquer incidente durante a manifestação "* – notícia 30.

C – Categoria “Discurso Directo” – Codificam-se nesta categoria todas as declarações proferidas por quaisquer atores em discurso directo. Pretende-se aceder a quem é que o OCS dá voz, quem fala.

C.1 – Subcategoria “Manifestante” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. atinentes às declarações proferidas por manifestantes e/ou participantes no evento.

Ex.: *"estão a acabar com a dignidade dos cidadãos, conquistada desde o 25 de abril "* – notícia 41.

C.2 – Subcategoria “Fonte policial” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. respeitantes às declarações proferidas por qualquer membro da instituição PSP.

Ex.: *"“Em cada um dos eventos a PSP afectará o efectivo necessário” "* – notícia 32.

C.3 – Subcategoria “Político” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. referentes às declarações proferidas por políticos, excepto membros do Governo.

Ex.: *"a palavra do PSD é uma palavra de apelo à paz social "* – notícia 49.

C.4 – Subcategoria “Membros do Governo” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. relativas às declarações proferidas exclusivamente por membros do Governo.

Ex.: *““Num Estado de direito há regras que devem ser observadas””* – notícia 53.

C.5 – Subcategoria “Perito/comentador/especialista” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que digam respeito às declarações proferidas por peritos, comentadores, especialistas.

C.6 – Subcategoria “Organizador do evento/ Representante de movimento/plataforma” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. concernentes às declarações proferidas pelos organizadores do evento e representantes de movimentos/plataformas.

Ex.: *“muitas pessoas que estavam nos passeios acabaram por se juntar à manifestação ”* – notícia 37.

C.7 – Subcategoria “Sindicatos” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. atinentes às declarações proferidas por elementos dos sindicatos.

Ex.: *"O estado a que a Educação chegou deve-se exclusivamente às posições intransigentes do Governo."* – notícia 43.

C.8 – Subcategoria “Palavras de ordem” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. relativas às palavras de ordem proferidas pelos manifestantes.

Ex.: *"Prefiro cavalo na lasanha do que burros no Governo!"* – notícia 22.

C.9 – Subcategoria “Outros” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. respeitantes às declarações proferidas por outras pessoas que não se enquadrem em qualquer outra das anteriores subcategorias.

Ex.: *"As tensões sociais só agudizarão os nossos problemas. "* – notícia 58.

D – Categoria “Instâncias” – Inclui-se nesta categoria todas as menções a instâncias diversas, e não aos seus membros, por qualquer actor. Pretende-se perceber quais as

instâncias que entram em cena quando se fala da actuação policial em grandes eventos, quais os mais e menos referenciados.

D.1 – Subcategoria **“Governo”** – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. onde seja referido o Governo e/ou Governos das Regiões Autónomas da Madeira e dos Açores.

Ex.: *"O ministro anunciou que vai iniciar o processo para designar o novo diretor nacional da PSP."* – notícia 58.

D.2 – Subcategoria **“Assembleia da República”** – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. onde seja referida a Assembleia da República.

Ex.: *"Milhares de polícias em protesto invadiram a escadaria da Assembleia da República"* – notícia 58.

D.3 – Subcategoria **“Agências Noticiosas”** – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. onde sejam mencionadas agências noticiosas, como por exemplo a agência LUSA.

D.4 – Subcategoria **“Instâncias Judiciárias”** – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. às instituições adstritas ao sistema judiciário.

Ex.; *“(…) o Tribunal de Pequena Instância de Lisboa”* – notícia 35.

D.5 – Subcategoria **“Instituições”** – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. acerca das Instituições Públicas ou Privadas, e demais entidades que não se enquadrem nas subcategorias anteriores.

Ex.: *"(…) o Bloco de esquerda, (...) CDS-PP"* – notícia 59.

E – Categoria **“Discurso Indirecto”** - Codificam-se nesta categoria todas as declarações proferidas por quaisquer atores em discurso indirecto, ou seja, todas as declarações efectuadas pelos diversos atores através das palavras dos OCS.

E.1 – Subcategoria **“Manifestante”** – Incluem-se nesta subcategoria todas as menções sobre os manifestantes e/ou participantes no evento.

Ex.: *"Assim é insustentável ter uma escola pública equilibrada"* – notícia 16.

E.2 – Subcategoria “Fonte Policial” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. respeitantes às declarações proferidas sobre a PSP ou sobre os seus elementos policiais, que não se enquadrem na categoria B.

Ex.: *"A polícia não avança o número de participantes na manifestação."* – notícia 29.

E.3 – Subcategoria “GNR” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. respeitantes às declarações proferidas sobre a GNR ou sobre os seus elementos policiais.

Ex.: *"A GNR criou um corredor para essa circulação"* – notícia 5.

E.4 – Subcategoria “Político” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. referentes às declarações emitidas sobre políticos, excepto Membros do Governo.

Ex.: *"A vice-presidente da bancada do BE, Cecília Honório, defendeu hoje que a manifestação de quinta-feira das forças de segurança (...)"* – notícia 60.

E.5 – Subcategoria “Membros do Governo” – Incluem-se nesta subcategoria exclusivamente, as referências sobre Membros do Governo.

Ex.: *"Miguel Macedo sublinhou que os próprios agentes das forças de segurança já reconheceram que a invasão"* – notícia 52.

E.6 – Subcategoria “Perito/comentador/especialista” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que digam respeito às referências feitas sobre peritos, comentadores, especialistas.

Ex.: *"a "invasão" das salas de aula decorreu 15 minutos após o início do exame tendo sido depois retomada "sem que tenha havido mais nenhuma anomalia" "* – notícia 43.

E.7 – Subcategoria “Organizador do evento/ Representante de movimento/plataforma” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. concernentes às declarações proferidas sobre os organizadores do evento e representantes e/ou membros de movimentos/plataformas.

Ex.: *"A presença em Portugal dos elementos em representação é "chumbada claramente" pelos promotores do protesto."* – notícia 35.

E.8 – Subcategoria “Sindicatos” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. atinentes às afirmações emitidas acerca de elementos dos sindicatos.

Ex.: "A FENPROF vai pedir explicações ao ministro da Administração Interna " – notícia 1.

E.9 – Subcategoria “**Outros**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. respeitantes às declarações proferidas sobre outras pessoas que não se enquadrem em qualquer outra das anteriores subcategorias.

Ex.: "O presidente da confederação empresarial portuguesa considerou " – notícia 58.

F – Categoria “**Enquadramento/Descrição**” - Incluem-se nesta categoria todas as u.r. que digam respeito à descrição ou à caracterização do evento proferidas por qualquer um dos atores. Pretende-se aceder ao modo como são caracterizados os eventos.

F.1 – Subcategoria “**Data/hora**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que digam respeito ao hiato temporal em que decorre o evento.

Ex.: "as manifestações, que têm início marcado para as 16:00" – notícia 13.

F.2 – Subcategoria “**Local**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. respeitantes ao espaço físico em que se realiza o evento.

Ex.: "a manifestação em Lisboa (...)" – notícia 28.

F.3 – Subcategoria “**Nome do evento**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que digam respeito às designações associadas ao evento.

Ex.: "Que se lixe a 'troika', o povo é quem mais ordena " – notícia 30.

F.4 – Subcategoria “**Percurso**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que informam sobre o trajecto utilizado pelos manifestantes durante o evento.

Ex.: "desfilando entre o Campo das Cebolas e a Assembleia da República " – notícia 63.

F.5 – Subcategoria “**Objectivos**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. atinentes aos fins do evento, ou seja, o que se pretende atingir com a sua realização.

Ex.: “exigem que o exame de Português desta manhã seja "anulado" – notícia 43.

F.6 – Subcategoria “**Justificação/Motivos**” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que expressem os motivos que levaram à convocação do evento.

Ex.: "As manifestações ocorrem numa altura em que representantes da "troika") estão em Lisboa" – notícia 10.

F.7 – Subcategoria “Caracterização” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que caracterizem, descrevam o evento.

Ex.: "A canção "Grândola, Vila Morena" foi também ouvida junto ao Parlamento. " – notícia 31.

F.8 – Subcategoria “N.º de manifestantes” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que informam sobre o número de participantes/manifestantes no evento.

Ex.: "algumas dezenas de manifestantes “ – notícia 72.

F.9 – Subcategoria “História” – Incluem-se nesta subcategoria todas as u.r. que façam algum tipo de referência a eventos análogos ocorridos no passado.

Ex.: “comparação com a manifestação de 15 de Setembro é inevitável” – notícia 34

G – Categoria “Sistema Explicativo Espontâneo” - São contabilizadas nesta categoria todas as u.r. onde são realizadas referências, de forma subjectiva, que digam respeito a atribuições e causalidades implícitas para descrever as diversas ocorrências em grandes eventos, geradas pelos OCS ou reformuladas a partir das fontes. Pretendemos aceder ao que é referido subjectivamente para justificar atores e actos que acabam por corresponder a categorias e subcategorias já abordadas.

G.1 – Subcategoria “Actuação policial”

Ex.: "(...) a presença policial é discreta." – notícia 23.

G.2 – Subcategoria “Manifestantes”

Ex.: "Em ritmo de passeio, muitas centenas de pessoas de todas as idades deslocam-se nos sentidos da Avenida " – notícia 23.

G.3 – Subcategoria “Enquadramento/Descrição do Evento”

Ex.: "A revolução de 25 de abril de 1974 foi das referências mais evocadas, nas conversas" – notícia 40.

ANEXO 13. Resultados obtidos da análise das notícia

Categorias		Σ u.r.	Subcategorias		Σ u.r
A	Manifestantes	192	A1	Razões intrínsecas	19
			A2	Razões extrínseicas	26
			A3	Caracterização	423
B	PSP	172	B1	Nº de elementos policiais	9
			B2	Subunidade/origem	30
			B3	Dispositivo	8
			B4	Motivos da atuação	11
			B5	Descrição da atuação	89
			B6	Resultados/Consequências da atuação policial	25
C	Discurso Directo	308	C1	Manifestante	120
			C2	Fonte Policial	14
			C3	Político	57
			C4	Membros do Governo	57
			C5	Perito/comentador/especialista	4
			C6	Organizador do evento/Representante de movimento/plataforma	65
			C7	Sindicatos	58
			C8	Palavras de ordem	61
			C9	Outros	18
D	Instâncias	201	D1	Governo	113
			D2	Assembleia da República	44
			D3	Agências Noticiosas	0
			D4	Instituições judiciais	2
			D5	Instituições	290
E	Discurso Indirecto	137	E1	Manifestante	38
			E2	Fonte Policial	19
			E3	GNR	5
			E4	Político	31
			E5	Membros do Governo	29
			E6	Perito/comentador/especialista	6
			E7	Organizador do evento/Representante de movimento/plataforma	43
			E8	Sindicatos	30
			E9	Outros	3
F	Enquadramento	632	F1	Data/ hora	118
			F2	Local	182
			F3	Nome do evento	156
			F4	Percurso	37
			F5	Objetivos	52
			F6	Justificação	103
			F7	Caracterização	298
			F8	N.º Manifestantes	74
			F9	História	27
G	Sistema Explicativo Espontaneo	35	G1	Atuação policial	8
			G2	Manifestantes	17
			G3	Enquadramento/Descrição do Evento	12
Total de u.r.					2822